



VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

FAKULTA PODNIKATELSKÁ

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT

ÚSTAV FINANCÍ

INSTITUTE OF FINANCES

**PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR – ZALOŽENÍ SALONU NA
PRODEJ A ZAPŮJČENÍ SVATEBNÍCH A PLESOVÝCH
ŠATŮ**

BUSINESS PLAN – ESTABLISHING A SALON FOR THE SALE OR RENTAL OF WEDDING AND BALL GOWNS

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

Šárka Dufková

VEDOUCÍ PRÁCE

SUPERVISOR

Ing. Tomáš Heralecký, Ph.D.

BRNO 2020

Zadání bakalářské práce

Ústav:	Ústav financí
Studentka:	Šárka Dufková
Studijní program:	Ekonomika a management
Studijní obor:	Účetnictví a daně
Vedoucí práce:	Ing. Tomáš Heralecký, Ph.D.
Akademický rok:	2019/20

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů a se Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně zadává bakalářskou práci s názvem:

Podnikatelský záměr – založení salonu na prodej a zapůjčení svatebních a plesových šatů

Charakteristika problematiky úkolu:

Úvod
Vymezení problému a cíle práce
Teoretická východiska práce
Analýza problému a současné situace
Vlastní návrhy řešení, přínos návrhů řešení
Závěr
Seznam použité literatury
Přílohy

Cíle, kterých má být dosaženo:

Hlavním cílem bakalářské práce je sestavení podnikatelského plánu pro salon se svatebními a plesovými šaty ve městě Brně. Dílčími cíli bude zpracování teoretických východisek, SLEPTE analýzy, PORTER analýzy, SWOT analýzy a dalších analýz potřebných pro zpracování podnikatelského záměru.

Základní literární prameny:

SALACHOVÁ, Bohumila a Bohumil VÍTEK. Podnikání a jeho přeměny. Ostrava: Key Publishing, 2013. ISBN 978-80-7418-185-6.

ŠAFROVÁ DRÁŠILOVÁ, Alena. Základy úspěšného podnikání: průvodce začínajícího podnikatele. Praha: Grada, 2019. ISBN 978-80-271-2182-3.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. Podnikání malé a střední firmy. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4520-6.

ZEMÁNEK, Josef a Jiří LACINA. Příručka pro začínající podnikatele. Kralice na Hané: Computer Media, 2011. ISBN 978-80-7402-109-1.

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2019/20

V Brně dne 29.2.2020

L. S.

doc. Ing. Vojtěch Bartoš, Ph.D.
ředitel

doc. Ing. et Ing. Stanislav Škapa, Ph.D.
děkan

Abstrakt

Cílem bakalářské práce je vypracování podnikatelského záměru na založení a provozování salonu s možností zakoupení či zapůjčení svatebních a plesových šatů. Práce se skládá ze dvou částí. Teoretická část obsahuje základní pojmy související s podnikatelským záměrem, jeho druhy, strukturu a principy sestavení. V praktické části se zabývám zpracováním konkrétního podnikatelského záměru na založení salonu a zjištění jeho realizovatelnosti.

Abstract

The aim of the bachelor thesis is to develop a business plan for the establishment and operation of a salon with the possibility of buying or renting wedding and ball gowns. The thesis consists of two parts. The theoretical part contains basic concepts related to the business plan, its types, structure and principles of assembly. In the practical part, I deal with the processing of a specific business plan for the establishment of a salon and the determination of its feasibility.

Klíčová slova

Podnikatelský záměr, podnik, podnikatel, plánování, financování, zákazník, salon, šaty.

Key words

Business plan, business, business man, planning, financing, client, salon, dresses.

Bibliografické citace

DUFKOVÁ, Šárka. *Podnikatelský záměr – založení salonu na prodej a zapůjčení svatebních a plesových šatů* [online]. Brno, 2020 [cit. 2020-05-30]. Dostupné z: <https://www.vutbr.cz/studenti/zav-prace/detail/127209>. Bakalářská práce. Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, Ústav financí. Vedoucí práce Tomáš Heralecký.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracovala jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem ve své práci neporušila autorská práva (ve smyslu Zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně dne

.....

podpis autora

Poděkování

Ráda bych tímto způsobem poděkovala mému vedoucímu panu Ing. Tomáši Heraleckému, Ph.D., za poskytnuté odborné rady a pomoc při zpracování bakalářské práce. Také bych chtěla poděkovat své rodině za podporu, kterou mi dávala po celou dobu mého studia.

Obsah

Úvod	11
------------	----

Cíle12

1 Teoretická část	13
-------------------------	----

1.1 Podnikání.....	13
--------------------	----

1.2 Podnikatel.....	13
---------------------	----

1.3 Podnik	14
------------------	----

1.4 Právní formy.....	14
-----------------------	----

1.5 Kritéria volby právní formy podniku	16
---	----

1.6 Živnostenské podnikání	16
----------------------------------	----

1.6.1 Druhy živností.....	17
---------------------------	----

1.7 Obchodní společnosti	19
--------------------------------	----

1.7.1 Veřejná obchodní společnost.....	19
--	----

1.7.2 Komanditní společnost	21
-----------------------------------	----

1.7.3 Společnost s ručením omezeným.....	23
--	----

1.7.4 Akciová společnost	24
--------------------------------	----

1.7.5 Družstvo	25
----------------------	----

1.8 Podnikatelský plán	26
------------------------------	----

1.8.1 Podnikatelský plán „Lean Canvas“.....	27
---	----

1.8.2 Klasický podnikatelský plán.....	27
--	----

1.8.3 Účel podnikatelského plánu.....	28
---------------------------------------	----

1.8.4 Zásady pro zpracování podnikatelského plánu	28
---	----

1.9 Analýza	33
-------------------	----

1.10 Okolí Podniku.....	33
-------------------------	----

1.10.1 Megatrendy	34
-------------------------	----

1.10.2 Makroprostředí.....	34
----------------------------	----

1.10.3	Mikroprostředí	35
1.11	Vnitřní prostředí podniku	37
1.12	SWOT Analýza	38
1.13	Analýza nákladů	39
1.13.1	Fixní náklady	39
1.13.2	Variabilní náklady.....	39
1.13.3	Analýza bodu zvratu	39
1.14	Kalkulace	40
1.14.1	Kalkulační jednice	40
1.14.2	Metody kalkulace.....	41
1.15	Financování podnikatelských aktivit	41
1.16	Metody hodnocení investic.....	42
1.17	Daňová evidence a vedení účetnictví	43
1.17.1	Vedení účetnictví	44
1.17.2	Daňová evidence.....	44
1.18	Daně v podnikání.....	45
1.19	Další povinné odvody v podnikání.....	47
2	Analýza problému a současné situace.....	49
2.1	Postavení podniku na trhu, konkurence, dodavatelé.....	49
2.1.1	Vnější prostředí.....	49
2.1.2	Vnitřní prostředí.....	52
2.1.3	SWOT analýza.....	52
3	Analytická část.....	54
3.1	Konkrétní podnikatelský plán	54
3.2	Popis podniku.....	56
3.3	Marketingová strategie.....	58

3.4	Finanční plán	63
3.5	Analýza rizik	75
3.5.1	Opatření vedoucí ke snížení rizika.....	76
3.6	Přílohy	77
3.7	Zhodnocení podnikatelského plánu.....	77
Závěr	79
Seznam tabulek	80
Seznam obrázků	82
Seznam použité literatury	83
Seznam příloh	87

Úvod

Každý, kdo chce začít podnikat, by si měl ze všeho nejdříve sestavit podnikatelský plán. Tento plán mu ukáže, zda je jeho návrh realizovatelný a do budoucna výdělečný. Díky němu dokáže také ještě před realizováním nápadu objevit různé problémy a nedostatky, které by mohly v průběhu podnikání nastat a díky plánu je možnost je očekávat a řešit je předběžně.

Pro svoji bakalářskou práci jsem si vybrala vypracování podnikatelského záměru pro salon se satebními a plesovými šaty, jelikož se mi líbí, že se v tomto oboru mají příležitost realizovat zejména mladé ženy. Tyto salony navštěvují zejména ženy před nějakou důležitou událostí, nejčastěji před svatbou, maturitními plesy nebo jinými. Pro každou je čas strávený tam odpočinek spojený s oblíbenou činností, kterou je zkoušení šatů. V těchto letech je podle mého názoru firem s tímto druhem podnikání čím dál tím více a v každém městě je minimálně jeden takovýto salon, proto bych se ráda touto prací seznámila s chodem těchto podniků a vypořádání se s vyšší konkurencí. V budoucnu by se mi líbilo podnikat v něčem podobném, a proto mi bude tato práce i přínosem do pracovního života.

V první části se budu věnovat teorii ve formě základních pojmů o podnikání, živnostenském podnikání, živnostech, právních formách podniků, obchodních společnostech, dále o podnikatelském plánu, z čeho se skládá, co musí obsahovat, jeho využití, zásady, struktura a příprava.

Ve druhé polovině se zaměřím na analytickou část a sestavím konkrétní podnikatelský plán, budu se věnovat předmětu podnikání, cílům podniku, analýzám podnikatelského prostředí, zdrojům financování a dále účetnictví a daňové evidenci firmy.

Cíle

Hlavním cílem bakalářské práce je sestavení podnikatelského plánu pro salon se svatebními a plesovými šaty ve městě Brně a tím si usnadnit cestu při založení podniku a pro zabezpečení jeho plynulého chodu. Zjistím, zda má salon v budoucnu šanci uspět na trhu a zda mu nehrozí nějaká podstatná nebezpečí, která by tuto šanci mohla vážně ohrozit.

Dílčími cíli pro sestavení podnikatelského plánu bude vypracování teoretické části, zpracování analýzy problému a současné situace pomocí analýzy typu Porter, SLEPT, SWOT. Dále průzkum trhu se zaměřením na:

- Potenciální zákazníky.
- Potenciální dodavatele a zařízení.
- Potenciální zaměstnance.
- Analýzu konkurence.
- Analýzu oblasti.
- Analýzu trendů a nových technologií.

Je nezbytné počítat i s riziky podnikání a k tomu se využívá analýza rizik, která je identifikuje a ohodnotí jejich dopad.

Posledním dílčím cílem je zpracování části analytické spojené s vypracováním konkrétního podnikatelského plánu včetně všech jeho potřebných částí.

1 Teoretická část

1.1 Podnikání

Podnikání je dle zákona č. 513/1991 Sb. soustavná samostatná činnost, která je prováděna samostatně podnikatelem vlastním jménem, na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku (31).

To znamená, že se jedná o podnikání pouze v případech, pokud jsou splněny všechny tyto podmínky:

- Samostatnost – to znamená, že podnikatel sám rozhoduje o svém podniku, například o době a místě výkonu, o svých zaměstnancích, o jejich odměnách atd.
- Výdělečnost – výdělečností se rozumí odměna za vykonanou práci.
- Na vlastní účet – podnikatel provádí činnost vlastním jménem nebo názvem firmy, pokud je zapsán v obchodním rejstříku.
- Na vlastní odpovědnost – podnikatel nese plnou odpovědnost za své závazky vyplývající z jeho podnikání.
- Soustavnost – nemusí se jednat o činnost nepřetržitou, ale musí být tato činnost prováděna se záměrem ji opakovat a nesmí být náhodná, nahodilá a příležitostná.
- Živnostenský nebo obdobný způsob vykonávání činnosti.
- Za účelem dosahování zisku – hlavním záměrem podnikání je dosahování zisku, který umožňuje růst hodnoty podniku a podnikání jako takové (17).

1.2 Podnikatel

Zákon č. 89/2012 Sb. §420 (Občanský zákoník) definuje podnikatele jako toho, kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku (32).

Dle tohoto zákona se za podnikatele považuje:

- Každá osoba, která uzavírá smlouvy související s vlastní obchodní, výrobní nebo obdobnou činností či při samostatném výkonu svého povolání, popřípadě osoba, která jedná jménem nebo na účet podnikatele.
- Osoba zapsaná v obchodním rejstříku dle předem stanovených podmínek.
- Osoba, která má k podnikání živnostenské nebo jiné oprávnění podle tohoto zákona.
- Podnikatel bez obchodní firmy s právním jednáním při podnikání pod vlastním jménem, pokud připojí neklamavé dodatky přibližující jeho osobu nebo obchodní závod.
- Osoba, která je zapsaná do seznamu podle zvláštních předpisů a vykonává zemědělskou výrobu (32).

1.3 Podnik

Hlavním charakterem podniku je jeho právní a ekonomická samostatnost. Je to subjekt, který má své jméno, práva a povinnosti a který dosahuje výsledku hospodaření (10).

Okolí podniku – Podnik ovlivňuje okolí nebo je jím ovlivňován, proto je pro podnik důležité rozhodovat se i na základě aspektů přicházejících z okolí. Mezi druhy okolí patří technologické, geografické, ekonomické, právní a další (10).

Základní činnosti podniku – Mezi základní činnosti podniku patří činnost finanční, investiční, výrobní, zásobovací, prodejní a personální. Tyto činnosti se u každého podniku mohou lišit z důvodů rozdílného odvětví, velikosti právní formy nebo charakteru podnikání (10).

1.4 Právní formy

Podnikat mohou fyzické osoby, právnické osoby a sdružení těchto osob. Je na volném úsudku každého, jakou právní formu si vybere. Každá právní forma má své kladné i záporné stránky a liší se například povinností základního kapitálu, ručením, počtem společníků, formou zdanění a další (2).

Druhy:

- Živnost.
- Obchodní společnosti:
 - Osobní.
 - Kapitálové.
- Družstva.
- Státní podniky.
- Evropská společnost.
- Evropské hospodářské zájmové sdružení.
- Další (2).

Výhody individuálního podnikání (2):

- Podnikatel se rozhoduje sám za sebe.
- Celý zisk patří podnikateli.
- Jednodušší právní úprava.
- Jednodušší ukončení podnikání.

Nevýhody individuálního podnikání (2):

- Neomezené ručení.
- Vlastní odpovědnost při rozhodování.

Výhody obchodních korporací (2):

- Ručí se omezeně nebo vůbec.
- Přítomnosti více osob a více odborníků ve firmě a lehčí kvalifikovanější rozhodování.
- Lepší rozložení rizika.
- Větší podnikatelské možnosti společníků.

1.5 Kritéria volby právní formy podniku

- Rozsah podnikání – pokud chce podnikatel provozovat více podnikatelských činností, je pro něj vhodnější obchodní společnost více jak živnost.
- Počet zakladatelů nebo dalších spolupracovníků – pro jednoho zakladatele je vhodnější založit živnost, pro více naopak obchodní společnost.
- Náročnost v administrativě – méně náročná forma podniku je živnost.
- Základní kapitál – nejmenší finanční náročnost je u živnosti, kde se platí pouze za žádost o živnostenské oprávnění. Nejvyšší povinný základní kapitál má naopak akciová společnost, a to 2 mil. Kč.
- Finanční možnosti a zdroje financí – přístup k financím má výrazně lepší obchodní společnost, která může využívat například tichá společenství, vklady společníků atd.
- Ručení za své závazky – živnostník ručí za své závazky neomezeně i svým soukromým majetkem, společníci ve veřejné obchodní společnosti také celým svým majetkem, dále tak ručí i komplementář. Komanditista a společníci v s. r. o. ručí do výše svého nesplaceného vkladu a společníci u akciové společnosti neručí za své závazky vůbec (1); (3); (16).

1.6 Živnostenské podnikání

Živností je dle Zákonu o živnostenském podnikání (Zákon č. 455/1991 Sb.) soustavná činnost provozována samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem (33).

Dále tento zákon upravuje všeobecné podmínky provozování živnosti a to:

- Plná svéprávnost – dle občanského zákoníku je to způsobilost nabývat pro sebe vlastním právním jednáním práva a zavazovat se k povinnostem. Svéprávnosti se nikdo nemůže vzdát ani z části.
- Bezúhonnost – bezúhonnost se prokazuje výpisem z Rejstříku trestů u osob z České republiky a u osob z jiného členského státu EU se bezúhonnost prokazuje dokladu podle § 46 odst. 1 písm. b).

Dále zvláštní podmínky, kterými jsou odborná nebo jiná způsobilost, pokud je zákon nebo jiné předpisy požadují (33).

Osoby, které mají živnost, jsou povinni vést účetnictví (33).

1.6.1 Druhy živností

Živnosti se dělí na ohlašovací, které jsou provozovány na základě ohlášení a na koncesované, které smějí být provozovány na základě koncese (1).

Ohlašovací živnosti

Jak už je zmíněno výše, ohlašovací živnosti mohou být provozovány na základě ohlášení, které podá podnikatel na příslušný živnostenský úřad. Pokud jsou splněny všechny podmínky pro vydání živnostenského listu, živnostenský úřad jej vydá nejpozději do 15 dnů od podání žádosti. Oprávnění vykonávat živnost vzniká dnem ohlášení. Průkazem živnostenského oprávnění je živnostenský list (33).

Živnosti ohlašovací se dle zákona o živnostenském podnikání dělí na:

Řemeslné – Odborná způsobilost dle zákona

- Řádné ukončení středního vzdělání s výučním listem v příslušném oboru vzdělání.
- Řádném ukončení středního vzdělání s maturitní zkouškou v příslušném oboru vzdělání nebo s předměty odborné přípravy v příslušném oboru.
- Řádné ukončení vysokoškolského vzdělání v příslušném oboru vzdělání.
- Řádné ukončení vysokoškolského vzdělání v příslušné oblasti studijních programů a studijních oborů.
- Uznání odborné kvalifikace.
- Získání všech profesních kvalifikací.
- Do řemeslných živností patří například kamnářství, hodinářství, kadeřnictví, řeznictví a uzenářství, mlékárenství pekařství cukrářství, kosmetické služby a další (33).

Vázané

Odborná způsobilost se prokazuje dokladem o uznání odborné kvalifikace vydaným uznávacím orgánem, podle zákona o uznávání odborné kvalifikace (33).

Do vázaných živností patří například činnost účetních poradců, vedení účetnictví, vedení daňové evidence, drezúra zvířat, oční optika, péče o dítě do tří let věku v denním režimu, provozování autoškoly, provozování solárií a další (33).

Volné

Pro volnou živnost není nutné prokazování odborné nebo jiné způsobilosti. Pro získání oprávnění je třeba splnit všeobecné podmínky výše již zmíněny. Do těchto živností patří fotografické služby, opravy a údržba, poskytování služeb osobního charakteru a pro osobní hygienu, poskytování služeb pro rodinu a domácnost, překladatelská a tlumočnická činnost a další (33).

Koncesované živnosti

Tyto živnosti smí být provozovány na základě koncese, kterou uděluje živnostenský úřad. Oprávnění k provozování živnosti vzniká dnem nabytí právní moci rozhodnutí o udělení koncese. Průkazem živnostenského oprávnění je živnostenský list s koncesní listinou (33).

Odborná způsobilost a podmínky provozování živnosti dle zákona:

- 1) Odborná způsobilost se prokazuje dokladem o uznání odborné kvalifikace vydaným uznávacím orgánem podle zákona o uznávání odborné kvalifikace.
- 2) Živnostenský úřad může podnikateli změnit podmínky provozování činnosti na základě tohoto zákona nebo na základě zvláštních právních předpisů (33).

Výhody (3):

- Nízké počáteční náklady.
- Nepovinnost mít základní kapitál.
- Snadné a rychlé založení živnosti.
- Možnost volby mezi účetnictvím a daňovou evidencí.

- Ke snížení daňové povinnosti lze uplatnit nezdánitelné částky a odčitatelné položky.

Nevýhody (3):

- Neomezené ručení podnikatele celým svým majetkem.
- Omezený přístup ke zdrojům financí.
- Osoby se živnostenským oprávněním jsou povinny k dani, pokud jejich roční obrat přesáhne 1 000 000 Kč za 12 po sobě jdoucích měsíců nebo dobrovolně.
- Živnostník je plátcem zdravotního a sociálního pojištění.
- Vysoké nároky na znalosti podnikatele.

1.7 Obchodní společnosti

Obchodní společnosti se dělí na osobní společnosti a kapitálové. Mezi osobní patří veřejná obchodní společnost a komanditní společnost a mezi kapitálové společnosti patří společnost s ručním omezeným a akciová společnost. Obchodní společnosti jsou účetními jednotkami a musí vést účetnictví (2).

1.7.1 Veřejná obchodní společnost

Podle zákona o obchodních korporacích se veřejnou obchodní společností rozumí společnost dvou a více osob. Po celou dobu fungování musí mít společnost minimálně 2 společníky. Tyto osoby se zúčastní na podnikání nebo spravují její majetek a ručí ze její dluhy společně a nerozdílně. Veřejná obchodní společnost ručí za své závazky celým svým majetkem. Za právnickou osobu vystupuje, vykonává práva a povinnosti jí pověřený zmocněnec (2).

Pro rozhodování ve věcech společnosti je potřeba souhlas všech společníků, pokud společenská smlouva nestanoví jinak. Každý společník má pouze jeden hlas (2).

Zisk a ztráta se dělí mezi společníky rovnoměrně. Každý společník zisk zdaňuje daní z příjmu fyzických osob (2).

Vznik a založení

Společnost se zakládá sepsáním a podpisem společenské smlouvy a vniká dnem zápisu do obchodního rejstříku (2).

Společenská smlouva obsahuje:

- Obchodní firmu.
- Sídlo.
- Předmět podnikání.
- Určení společníků (2).

Další náležitosti:

- Vkladové povinnosti.
- Dělení zisku.
- Statutární orgán.
- A další (2).

Obchodní jméno musí obsahovat označení „Veřejná obchodní společnost“, „veř. obch. spol.“ nebo „v. o. s.“ (4).

Tabulka 1 – Veřejná obchodní společnost

Ručení	- za své závazky společníci ručí společně a nerozdílně celým svým majetkem.
Základní kapitál	- není povinný
Vklad společníka	- není povinný
Rozdělování zisku	- zisk a ztráta se dělí mezi společníky rovným dílem
Statutární orgán	- všichni společníci, nestanoví-li společenská smlouva jinak

Zdroj – (2), upraveno autorem, 2020

Zrušení a zánik společnosti:

- Výpovědí společníka.
- Smrtí společníka.
- Dnem rozhodnutí soudu o zrušení.
- Zánikem právnické osoby, která je společníkem, kromě výjimek, kdy lze převod podílu na právního zástupce.
- Vyloučením společníka.
- Další (34).

Výhody (3):

- Díky nepovinnosti vkladu základního kapitálu jsou zde nízké prvotní finanční náklady.
- Není povinnost tvořit fondy ze zisku. To znamená, že zisk po zdanění nadále zůstává všem společníkům k dispozici.
- Je to nejjednodušší typ obchodní společnosti.
- Společník má možnost kontroly.
- Zisk společníci zdaňují jako fyzické osoby.
- Společník má právo na podíl na zisku, a to ve výši 25 % ze svého vkladu.
- Snadný výstup společníka ze společnosti.

Nevýhody (3):

- Neomezené ručení společníků.
- Nelze převést podíl.
- Při rozhodování ve společnosti je třeba souhlas všech společníků, pokud společenská smlouva nestanoví jinak.
- Platí zákaz konkurence pro všechny společníky.
- Nutnost přítomnosti společníků.
- Nejméně dva společníci.

1.7.2 Komanditní společnost

Komanditní společnost je dle zákona společnost, v níž je alespoň jeden komanditista, který ručí za její dluhy omezeně, tj. do výše svého nesplaceného vkladu zapsaného do obchodního rejstříku a dále se výše ručení odvíjí od komanditní sumy, zapsané ve společenské smlouvě a v obchodním rejstříku a alespoň jeden komplementář, který ručí neomezeně. Komanditní společnost se dá považovat za kombinaci společností osobních a kapitálových. Komanditista je kapitálový společník a komplementář je osobním společníkem (2).

Řídící pravomoci mají pouze komplementáři. Komanditisté mají pouze kontrolní pravomoci (2).

Zisk a ztráta se dělí mezi společnost a komplementáře rovným dílem. Komplementáři daní svoji část daní z příjmů. Společnost svoji část zdaní daní z příjmů právnických osob, tato již zdaněná část se rozdělí mezi komanditisty ve výši podle jejich podílů a ti ji znovu musí zdanit daní z příjmů (1).

Společnost se zakládá společenskou smlouvou, která obsahuje:

- Název a sídlo společnosti.
- Informace o zakládajících osobách a dalších osobách zúčastněných ve firmě.
- Předmět podnikání.
- Údaje o tom, kdo je komanditista a kdo komplementář.
- Výše vkladu komanditistů (2).

Dále může obsahovat například dělení zisku, ztráty, počet hlasů, statutární orgán a další (2).

Tabulka 2 – Komanditní společnost

Ručení	komanditista omezeně do výše svého nesplaceného vkladu, komplementář - neomezeně celým svým majetkem
Základní kapitál	- povinnost má komanditista ve výši určené SS, minimálně 5 000 Kč
Vklad společníka	- povinný u komanditisty
Rozdělování zisku	- zisk a ztráta se dělí mezi komanditisty a komplementáře rovným dílem
Statutární orgán	- komplementář

Zdroj – (2), upraveno autorem, 2020

Výhody (3):

- Zisk se dělí mezi komanditisty a komplementáře podle společenské smlouvy.
- Komanditisté nejsou omezeni zákazem konkurence.
- Komanditisté mohou nahlížet do účetních knih.
- Společník má právo hlasovat, právo na informace. Dále má právo na podíl na zisku, na likvidačním zůstatku a na vypořádací podíl.
- Pro komplementáře platí zákaz konkurence, pokud společenská smlouva nestanoví jinak.
- Komanditisté nenesou ztrátu společnosti.
- Není povinnost vytvářet fondy.
- Za určitých podmínek lze převést společnost na Veřejnou obchodní společnost.
- Možnost kombinovat omezené a plné ručení.

Nevýhody (3):

- Společenská smlouva se může měnit pouze se souhlasem komanditistů i komplementářů.
- Podíl je převoditelný pouze u komanditisty.
- Náročná administrativa.
- Nepřehledná právní úprava.
- Komplementáři ručí neomezeně.
- Rozdílné postavení společníků.

1.7.3 Společnost s ručením omezeným

Tato společnost se řadí mezi kapitálové společnosti. Je nejčastější právní formou podnikání. Může být založena právnickou i fyzickou osobou. Minimální počet zakládajících osob je 1 (4).

Společníci za své dluhy ručí společně a nerozdílně do výše svého nesplaceného vkladu. Společnost ručí za své závazky neomezeně (4).

Obchodní jméno musí obsahovat označení „společnost s ručením omezeným“, „spol s. r. o.“ nebo pouze „s. r. o.“ (4).

Společnost se zakládá společenskou smlouvou, která obsahuje:

- Firmu a sídlo.
- Předmět podnikání.
- Určení společníku a jejich podíly.
- Základní kapitál.
- Způsob, jakým společnost jedná.
- Výše vkladu na podíl (2).

Nejvyšším orgánem společnosti je valná hromada, která rozhoduje například o změnách základního kapitálu, dělení zisku a dalších zásadních věcech společnosti. Statutárním orgánem je jednatel nebo více jednatelů a kontrolním orgánem je dozorčí rada, která kontroluje jednatele (1).

Zisk se zdaňuje daní z příjmu právnických osob. Případné podíly vyplácené společníkům se dále zdaňují srážkovou daní (6).

Tabulka 3 – Společnost s ručením omezeným

Ručení	-	společníci do výše svého nesplaceného vkladu
Základní kapitál	-	1 Kč
Vklad společníka	-	povinný
Rozdělování zisku	-	podle výše vkladu jednotlivých společníků
Statutární orgán	-	jednatel nebo více jednatelů

Zdroj – (2), upraveno autorem, 2020

Výhody (3):

- Společníci ručí omezeně.
- Nízká finanční náročnost na základní kapitál.
- Společnost nemusí být založena formou veřejné listiny.
- Vhodná pro malé a střední podniky.
- Neomezený počet společníků.
- Společník nemá povinnost podílet se na činnosti společnosti.

Nevýhody (3):

- Povinnost společníka splatit peněžitý nebo nepeněžitý vklad.
- Povinnost tvořit rezervní fond.
- Administrativní náročnost na založení společnosti.
- Náročnější chod společnosti.

1.7.4 Akciová společnost

Akciová společnost patří mezi kapitálové společnosti. Tato forma není díky vysokému počátečnímu kapitálu velmi častá. Společnost se zakládá jednou a více právnickými osobami nebo dvěma či více fyzickými osobami. Kapitál, jehož výše činí 2 000 000 Kč nebo 80 000 eur při založení společnosti bez veřejné nabídky akcií a 20 000 000 Kč, pokud se společnost zakládá s veřejnou nabídkou akcií, je rozvržený do určitého počtu akcií. Společníci za své závazky neručí. Akciová společnost ručí za své závazky celým svým majetkem a akcionáři za dluhy společnosti neručí (6).

Zisk u akciové společnosti se zdaňuje daní z příjmů právnických osob. Akcionáři mají práva na podíl na zisku, který se poté zdaňuje srážkovou daní (6).

Obchodní jméno musí obsahovat označení: „akciová společnost“, „akc. spol.“ nebo zkratku „a. s.“ (2).

Existují dva systémy vnitřní struktury společnosti, a to dualistický a monistický. U obou je nejvyšším orgánem valná hromada. U dualistického systému je kontrolním orgánem dozorčí rada a statutárním orgánem představenstvo. U monistického systému je statutárním orgánem statutární ředitel a kontrolně-řídícím orgánem správní rada (2).

Zakládá se formou veřejné listiny (2).

Tabulka 4 – Akciová společnost

Ručení	-	společníci za své závazky neručí
Základní kapitál	-	2 000 000 Kč; 80 000 eur
Vklad společníka	-	povinný
Rozdělování zisku	-	podle výše vkladu jednotlivých společníků
Statutární orgán	-	představenstvo

Zdroj – (2), upraveno autorem, 2020

Výhody (3):

- Akcionáři neručí za své závazky.
- Nejstabilnější typ společnosti.

Nevýhody (3):

- Povinný rezervní fond.
- Povinnost společníků vložení vkladu.
- Vysoký počáteční kapitál.

1.7.5 Družstvo

Družstvo se vytváří nejen pro účely podnikání, ale také ke sdružování osob, podporu svých členů nebo pro bytové a sociální účely. Pro založení je třeba nejméně 3 členů, kteří musí splnit vkladovou povinnost. Každý člen má stejnou vkladovou povinnost a lze mít peněžní i nepeněžní vklady. Základním dokumentem jsou stanovy, které obsahují nutné údaje družstva. Statutární orgán tyto stanovy musí neustále aktualizovat (2).

Obchodní jméno musí obsahovat označení „družstvo“ (2).

Družstvo ručí za své dluhy celým svým majetkem. Členové na závazky družstva neručí, ale může jim vzniknout uhrazovací povinnost k uhrazení vzniklé ztráty (2).

Nejvyšším orgánem družstva je členská schůze, statutárním orgánem je představenstvo a kontrolním orgánem je kontrolní komise. Dalšími orgány společnosti mohou být ředitel, prokurista a další (2).

Zisk se zdaňuje daní z příjmu právnických osob. Dělí se podle vkladů společníků. Vyplácené podíly se dále daní srážkovou daní (6).

Výhody (3):

- Členové neručí za závazky družstva.
- Rovné postavení členů.
- Jednodušší přijetí člena do družstva.
- Jednodušší vystoupení z družstva.

Nevýhody (3):

- Povinnost vytvářet nedělitelný fond.
- Zisk se zdaňuje daní z příjmů právnických osob a vyplácené podíly se dále daní srážkovou daní.
- Zákaz konkurence.

1.8 Podnikatelský plán

Před zpracováním podnikatelského plánu je důležité si stanovit své cíle. Nejznámějším a nejpoužívanějším způsobem ke stanovení cílů slouží metoda SMART. Podle této metody musí být cíl:

- Specifický - cíl by měl být konkrétní, jednoduše formulovaný tedy snadno pochopitelný a jasný.
- Měřitelný - cíl by měl být měřitelný. Díky jeho měřitelnosti lze vyhodnotit, zda bylo cíle dosaženo nebo naopak.
- Odsouhlasený, akceptovaný - jestliže se na dosažení cíle podílí více účastníků, musí se být tyto cíle odsouhlaseny těmito osobami.

- Realistický - je důležité si dávat cíle, které jsou dosažitelné. Je zbytečné si dávat cíle, o kterých je předem známo, že jsou nedosažitelné.
- Termínovaný - pro splnění cíle je potřeba dát si nějaký časový interval. Díky němu se nic nemůže odkládat, posouvat nebo se na něco při plnění vymlouvat (1).

Dalším krokem je vytváření myšlenkových map, které nám pomůžou zvážit různé aspekty, souvislosti a problémové partie. Myšlenkové mapy se skládají ze základního jádra, které se postupně rozšiřuje na další oblasti. Jsou velmi přehledné a ukazují nám všechny souvislosti zároveň (1).

1.8.1 Podnikatelský plán „Lean Canvas“

Existují dvě možnosti naplánování si svého podnikání. Tím základním je sepsání klasického podnikatelského plánu a druhou možností je „Lean Canvas“ (1).

Výše zmíněná druhá možnost, tedy „Lean Canvas“ je zkrácená verze klasického podnikatelského plánu pouze na jedné stránce. Toto schéma se skládá ze:

- Zákazníků – zabývá se rozdílem mezi uživateli a zákazníky.
- Problémů – jedná se o největší problémy zákazníků a uživatelů.
- Řešení – návrh vlastního řešení, který můžeme poskytnout zákazníkovi.
- Unikátní nabídky hodnoty – je důležité svým produktem zákazníka zaujmout.
- Cenovým modelem – nacenění řešení problému.
- Cesty k zákazníkům – cesta ke svým zákazníkům. Způsoby, jak zajistit, aby se produkty k zákazníkovi dostaly.
- Indikátorů – měření úspěchu podle výsledných čísel.
- Struktury nákladů – fixní a variabilní náklady.
- Neférové výhody – ta chrání podnik před konkurencí a nelze ji zkopírovat (1).

1.8.2 Klasický podnikatelský plán

Podnikatelský plán je písemný dokument, který obsahuje důležité informace o budoucím podnikání a který si sestavuje každý podnikatel sám. Je to popis všech vnitřních a vnějších faktorů, které ovlivňují podnikání. Cílem podnikatelského plánu je zjistit, zda bude podnik v budoucnu životaschopný. Odhaluje případná rizika, na která se díky němu lze připravit (1); (3).

3 základní otázky, které jsou obsaženy v podnikatelském plánu:

- Kde jsme – jde o organizační strukturu podniku. Je důležité správně zvolit právní formu podnikání, podrobně popsat vnější a vnitřní prostředí, které působí na podnik a nutná definice manažerů.
- Kam chceme jít – upřesnění cílů.
- Jakým způsobem toho dosáhneme -tvorba strategie (7).

1.8.3 Účel podnikatelského plánu

Podnikatelský plán se sestavuje především pro samotného podnikatele, ale i pro další různé adresáty. Sestavuje se pro:

- Pro sebe – je důležité si v podnikatelském plánu pro sebe stanovit cíle, kterých chce podnikatel dosáhnout. Dále se zaměřit na odhalení různých rizik a překážek, které mohou nastat. Nejdůležitější je tvorba strategie a finanční plán zaměřený na tok peněz.
- Pro banky a investory – je zásadní sepsat podrobný podnikatelský plán o našem produktu, jelikož ho bude číst někdo, kdo podnik nezná a je důležité na něj zapůsobit. Dále musí být součástí plánu i odhady poptávky, rozbor nákladů a výnosů.
- Pro inkubátory, granty a soutěže – v soutěžích a grantech je zásadní prezentace produktu zákazníkovi. Důležité je, zda je náš produkt na trhu poptávaný a je originální. V poslední době jsou ve výhodě podniky, které se zaměřují na ekologii a na společenské problémy.
- Pro zaměstnance – pro získání vhodných zaměstnanců se specifickými znalostmi je důležité podnikatelský plán vytvořit tak, aby případné budoucí zaměstnance namotivoval a ukázal, že podnikatel ví, co dělá a že bude mít jak finanční jistotu, tak jistotu dlouhodobější spolupráce (1).

1.8.4 Zásady pro zpracování podnikatelského plánu

Při sestavování podnikatelského plánu je důležité dodržovat obecně platné zásady. Je to důležité zejména kvůli externím subjektům. Podnikatelský plán by měl být:

- Srozumitelný – při sestavování podnikatelského plánu je důležité vyjadřovat se jednoduše a srozumitelně. Je vhodné sestavit v některých situacích i tabulku.
- Logický – myšlenky a skutečnosti, které jsou v plánu uvedeny, na sebe musí navazovat. Musí být vše podloženo a tvrzení si nesmí odporovat. Je vhodné graficky znázornit časový průběh například diagramem.
- Uváženě stručný – myšlenky a závěry je důležité uvádět stručně, pokud to nebude na úkor poškození základních faktů.
- Pravdivý a reálný – velmi důležitá je pravdivost údajů uvedených v podnikatelském plánu a reálnost předpokládaného vývoje také.
- Respektování rizik - důvěryhodnost podnikatelského plánu zvýší také respektování rizik, identifikace rizik nebo například návrhy řešení v kritických momentech (3).

Přínosy

Mezi hlavní přínosy podnikatelského plánu patří:

- Poznatky z analýz.
- Důležité informace pro podnikatele.
- Důležité informace pro banky, investory, budoucí společníky.
- Včasné odhalení rizik a slabin.
- Nástroj, který slouží k motivaci zaměstnanců.
- Součást marketingu firmy (4).

Příprava

Rozsah podnikatelského plánu závisí zejména na velikosti firmy a předmětu podnikání. Jiný podnikatelský plán bude mít podnik zabývající se poskytováním služeb nebo výrobou a jiný bude mít podnik, pokud půjde o zboží osobní nebo průmyslové výroby. Komplexnost plánu může být také ovlivněna konkurencí, velikostí trhu a dalšími faktory (3).

Informace

Důležité jsou při přípravě informace, a to kvalitní informace. Největší problémy se špatnými informacemi mají začínající firmy, jelikož neznají celkový trh a nemají dost informací o konkurenci, zákaznících a dodavatelích. Výhodou je, pokud se již podnikatel v tomto oboru podnikání pohyboval (3).

S rozvojem informačních technologií je dostupnost informací mnohem větší. Velké množství firem má své internetové stránky (3).

Nejlepší získání informací je ale stále díky osobnímu kontaktu. Jednání se zákazníkem, dodavatelem nebo s konkurencí slouží jako dobrý podklad pro porovnání nebo vylepšení našeho výrobku. Největší počet firem se většinou sdružuje například na veletrzích nebo konferencích (3).

Formální úprava

Formální úprava se také liší druhem podnikání, ale i zde platí obecná pravidla. Počáteční strana obsahuje obchodní jméno společnosti, logo, datum vyhotovení. Dále adresa společnosti a kontaktní údaje osoby, která za sestavení plánu odpovídá. Rozsah je zhruba 40-50 stránek. Podnikatelský plán se vytváří několik týdnů i měsíců, jelikož se části často musí měnit. Tento plán musí zapůsobit, jelikož vytváří první dojem firmy, proto je důležité, aby neobsahoval gramatické chyby a překlepy (3).

Dvě výchozí otázky

Před sestavením podnikatelského plánu by si měl podnikatel zodpovědět dvě otázky, a to:

- Co je skutečně cílem mého podnikání? - je důležité sepsat si, s jakým záměrem chce podnikatel podnikat. Mezi hlavní přínosy patří finanční odměna, ale těchto přínosů je mnoho dalších.
- Jaká je konkurenční výhoda? - mezi konkurenční výhody patří například výrobek, služba, kvalita, rychlost dodání, personál a další (3).

Struktura

Struktura se zdroj od zdroje liší, ale základ by měl být jednotný. Liší se i z hlediska velikosti firmy, odvětví, právní formy a dalších kritérií (1).

Struktura například může obsahovat:

- Titulní strana s představením společnosti - na titulní stranu patří název podniku a název projektu, jméno autora, místo a datum sepsání. Musí být z titulní strany jasné, že se jedná o podnikatelský plán. Dále je vhodné uvést logo. Důležité je, aby titulní strana působila profesionálně, upraveně a aby svého příjemce zaujala.
- Shrnutí - je to přehledná a stručná charakteristika celého textu a mělo by být vytvořeno tak, aby si příjemce chtěl přečíst text celý. Důležitost se klade na objektivitu, stručnost. Shrnutí se většinou píše až na konec podnikatelského plánu a mělo by být maximálně na jednu stránku.
- Profesní a osobní údaje o vlastnících firmy - jedná se o profesní představení společnosti a vlastníků nápadu nebo firmy. Důležité je představit pracovní zkušenosti, schopnosti, vzdělání těchto osob. Dále je důležité zmínit i motivaci. Tyto představení by neměly být extra dlouhé, jelikož se nejedná o životopisy. Ty se mohou, popřípadě, přiložit později do přílohy.
- Popis podniku - do popisu podniku patří popis podnikatelské příležitosti, výrobku či služby a zajištění vstupů a dodavatelů. Důležité je detailní představení výrobku či služby. Jak tento výrobek vypadá, co bude přinášet, jak bude řešit problém, kvůli kterému je vytvořen nebo jak probíhá služba, kterou poskytujeme. Poté je potřeba sepsat, co je k podnikání potřeba. Jedná se hlavně o zdroje materiálu a o prostory, kde bude výroba či služba probíhat.
- Postavení firmy na trhu, konkurence - zde patří důkladná analýza prostředí na trhu a konkurence. Nepatří sem ale kritika konkurence nebo kritika trhu, například na výši daní. Důležité je ukázat naši znalost trhu a přizpůsobení se různým situacím, které se mohou objevit.
- Marketingový plán - marketingový plán vychází z analýz. Popisuje zákazníka, jeho chování, preference, životní styl. Je důležité poznat tyto zákazníky, tedy naši cílovou skupinu a tím nastavit cenu výrobků a služeb, dále způsob propagace

a distribuce. Všechny části marketingového plánu by měli být v souladu s cílovou skupinou.

- Personální zdroje a organizační plán - tato kapitola by měla obsahovat přehledné shrnutí počtu lidí, které budeme pro dosažení cílů a realizaci projektu potřebovat. K tomu je třeba naplánovat činnosti a úkoly. Poté se rozdělují tyto činnosti mezi zaměstnance a určuje se zodpovědnost a rozhodování. Tímto plánem získáme také informace o tom, jaké vlastnosti, schopnosti a zkušenosti by měl být zaměstnanec pro určitou konkrétní činnost (1).
- Finanční plán - je plán, který převádí předchozí kapitoly podnikatelského plánu do finanční podoby. Ukazuje skutečnost podnikatelského plánu. Jeho výstupy tvoří:
 - Výkaz zisků a ztrát – slouží k evidenci nákladů a výnosů. Zobrazuje výsledek hospodaření (1).
 - Rozvaha – rozvaha se dělí na aktiva, která se dále dělí na dlouhodobý (hmotný, nehmotný a finanční) a oběžný (např. krátkodobý finanční majetek, pohledávky, zásoby) majetek (1).
 - Plán peněžních toků – plán peněžních toků neboli cashflow řeší nerovnost mezi náklady a výdaji na jedné straně a mezi příjmy a výnosy na druhé straně. Zobrazuje reálné roky peněz. Ty se dělí na provozní, finanční cashflow a cashflow z financování (1).

Tyto výkazy je vhodné doplnit pro doložení příznivé finanční situace firmy také o poměrové finanční ukazatele. Mezi ně patří ukazatele rentability, aktivity, likvidity, zadluženosti a kapitálového trhu. Ukazatele rentability měří úspěšnost dosahování cílů podniku srovnáním zisku s dalšími veličinami. Ukazatele aktivity se používají pro řízení podnikových aktiv. Hodnotí efektivní hospodaření podniku s jeho aktivy. Ukazatele likvidity měří platební schopnost podniku. Ukazateli zadluženosti se hodnotí finanční stabilita podniku. Hlavní podmínka je, aby byla finanční a majetková struktura podniku v rovnováze a ukazatele kapitálového trhu, které jsou důležité hlavně pro současné a budoucí investory (12).

Dále je vhodné provést výpočet bodu zvratu, tím se zjistí množství produkce, které je potřeba aby podnik nebyl ve ztrátě (3).

- Rizika projektu - je důležité odhalit a připravit se na rizika spojená s podnikáním. Tato rizika je třeba prezentovat v podnikatelském plánu i s návrhy případných řešení. Rizika se člení na podnikatelské, čisté, systematické a nesystematické, vnitřní a vnější, ovlivnitelné a neovlivnitelné a primární a sekundární. Toto je základní členění rizik. Dále se rizika člení podle jejich věcné náplně například na výrobní, ekonomická, tržní finanční a mnoho dalších. Riziko se měří stanovením jeho číselných charakteristik (11).
- Přílohy - do příloh se vkládají tabulky, technické plány, formuláře. Dále výpisy z obchodního rejstříku, životopisy ústředních osob ve firmě, jejich smlouvy, certifikáty a reference. Také sem patří popis a fotografie a výkresy výrobku, zprávy a články z novin či z časopisů, pojednávající o produktech a trhu. Vhodné je přiložit i důležité výkazy, jako je rozvaha, výkaz zisků a ztrát a cashflow za uplynulá období (8).

1.9 Analýza

Analýza je rozčlenění složitějšího celku na jednodušší části. Je to rozbor od celku k částem (18).

Existují dva druhy strategické analýzy, a to externí neboli analýza okolí podniku a interní, což je vnitřní prostředí podniku (1).

1.10 Okolí Podniku

Pro dosažení cílů podnikání je třeba před provést před jeho začátkem důkladnou analýzu faktorů v okolí, které mají na podnik určitý vliv. Okolí podniku se dělí na:

- Megatrendy neboli faktory, které působí globálně.
- Makroprostředí, makrookolí nebo také tržní prostředí. Jsou to faktory, které nemůže podnik ničím ovlivnit.
- Mikroprostředí, mikrookolí, oborové okolí nebo také konkurenční prostředí. To jsou faktory, které jsou podnikem ovlivnitelné a se kterými je podnik každý den v kontaktu (1).

1.10.1 Megatrendy

Megatrendy jsou globálně se vyskytující faktory, které mají působnost na velké množství činností a odvětví. Jejich podoba je obecná. Megatrendy ovlivňují makroprostředí, mikroprostředí i podnik samotný. Tyto faktory jsou velmi těžko ovlivnitelné. Podnikatel je může pouze identifikovat a tím se na ně připravit nebo je může využít. Megatrendem jsou například digitalizace a automatizace výroby, globální stárnutí, zdravý životní styl, změna klimatu a její dopady, potravinová bezpečnost, rostoucí objem migrace a mnoho dalších (1).

V situacích, kdy se tyto faktory mění mají větší výhodu podniky malé, a to z důvodů, že dokáží rychleji reagovat na tyto změny. Také je to pro ně důležité z toho pohledu, že pokud by se nepřizpůsobili těmto změnám, mohlo by to znamenat konec jejich podnikání. Výhodné je, když podniky o těchto megatrendech vědí a dokáží je využít ve svůj prospěch. Čím rychleji dokáže podnik na změny reagovat, tím vyšší má šance mezi konkurencí (1).

Důležité je mít podnikatelský plán ve shodě s megatrendy. Pokud to tak není, je třeba ho přepracovat, a to, pokud odhalíme megatrendy, které mohou zjednodušit podnikání nebo objevím takové megatrendy, které ohrožují podnikatelský plán nebo pokud bychom tuto změnou přispěli k řešení globálního nebo společenského problému (1).

1.10.2 Makroprostředí

Toto prostředí je nejširším okolím podniku. Každý podnik má makroprostředí jinak obsáhlé. Analýza makroprostředí se musí provádět systematicky. Pro každý podnik je důležité identifikovat všechny neovlivnitelné faktory. K tomu byly vytvořeny různé analytické nástroje, jejichž cílem je, aby podnikatel nepřehlédl nějaké riziko nebo příležitost. Mezi analýzy makroprostředí patří PEST a další jako například PESTLE, STEELED a STEER. Jedná se ale pouze o doplnění nebo modifikování původní PEST analýzy. Nejjednodušším typem je základní PEST analýza. Ta rozděluje vlivy makroprostředí na:

- Politicko-legislativní - je to provázání podnikání s právem a politikou. Patří například právní a daňové regulace, vyhlášky, míra korupce, dotační politika a další (1).

- Ekonomické - jsou faktory, které jsou vyjádřeny různými ukazateli, například inflace nebo nezaměstnanost, HDP, minimální mzda, úrokové sazby a další (1).
- Sociokulturní - patří sem různé demografické trendy, jako je například stárnutí obyvatelstva, poté mezigenerační solidarita, zvyky, priority, hodnoty, vzdělání, náboženství nebo životní styl (1).
- Technologické - do technologických vlivů patří stav energetické dopravní a komunikační infrastruktury, výdaje na výzkum, úroveň ochrany duševního vlastnictví a další (1).

Prvním krokem při dělení PEST analýzy je vybrat oblasti, které ovlivňují nebo v budoucnu mohou ovlivňovat konkrétně naše podnikání. Tím si ulehčíme práci a není nutné zkoumat irelevantní faktory. Z vybraných oblastí dále zvolíme dílčí faktory, které mají významný vliv v našem podnikání a konkrétně tyto vlivy popíšeme a identifikujeme. I zde je důležité, aby se podnikatelský plán shodoval s výsledky analýz makroprostředí, pokud tomu tak není, je potřeba změnit ho nebo upravit (1).

1.10.3 Mikroprostředí

Mikroprostředí je okolí, které je podniku nejbližší. Na toto jediné okolí může mít podnik nějaký vliv na rozdíl od makroprostředí a megatrendů. Existuje i zde více druhů analýz, jejichž základ je ale stejný, proto není zásadní, pro který nástroj se rozhodneme. Mezi tyto nástroje patří analýza 4C nebo Porterův model pěti konkurenčních sil (1).

Analýza 4C je zaměřena především na specifika odvětví, ve kterém podnik působí. Výhodný je také při průzkumu zahraničního trhu díky tomu, že svojí strukturou dokáže odhalit regionálně specifické rozdíly. Ve 4C se analyzují tyto čtyři složky:

- Zákazníci - kteří patří mezi nejdůležitější skupiny, na kterou je potřeba se při podnikání zaměřit a je proto potřeba ji dobře znát. Potřeby zákazníků se liší. U zákazníku je potřeba analyzovat:
 - Charakter.
 - Počet a výzkum.
 - Zvyky.
 - Míru loajality.
 - Význam mezilidských vztahů.
 - A další (1).

- Region - sem patří například celní bariéry, rozdílná kultura, rozdílné standardy a zvyklosti v odvětví a další (1).
- Náklady - důležité jsou faktory, které podnikání zdražují nebo naopak zlevňují. Zásadní jsou náklady na výzkum a vývoj, dále náklady na dopravu, možnosti úspor a další (1).
- Konkurence - při analýze konkurence se zaměřujeme na:
 - Množství konkurentů.
 - Působnost konkurentů.
 - Strukturu trhu.
 - Sílu hrozby vstupu nového konkurenta.
 - Vzájemné vztahy (1).

Porterova analýza pěti konkurenčních sil je založen na myšlence, že zisk ovlivňuje síla odvětvové konkurence, substituční výrobky, dodavatelé a odběratelé (15).

Skupiny, které mají vliv na tržní prostředí a sílu hrozby, kterou pro podnik představují jsou:

- Současná konkurence - jde o konkurenci, která se již na trhu nachází. Vztah mezi konkurenty v podstatě formuluje celý trh od respektu až po boj mezi nimi. Důležité je při vstupu na trh zjistit o jaké konkurenty jde, jejich počet, vztahy mezi nimi, jejich činnost, jejich silné a slabé stránky, jejich plány a finanční schopnosti (1).
- Potencionální konkurence - jedná se o konkurenty, kteří teprve plánují na trh vstoupit. Při analýze vycházíme z účasti v soutěžích, na prezentacích a například na různých projektech. Dobrým zdrojem informací o potencionální konkurenci jsou kontakty z trhu, na který chceme vstoupit. Pokud jde o podniky, které vstoupí na trh, a ještě o tom nevědí, vycházíme z analýzy bariér a lákadel. Do bariér patří například investiční náročnost, regulace od státu, omezené nabízené specifické technologie a další (1).
- Poskytovatelé substitutů - substituty jsou produkty, které jsou často opomíjené. Řeší stejné problémy jako produkty, se kterými na trh vstupujeme my, ale rozdílným způsobem. Důležitá je definice substitutů, které mohou být zcela odlišné pro různé zákazníky (1).

- Dodavatelé - dodavatelé jsou v podnikání také velmi důležití a v podstatě nutní. S růstem náročnosti podnikatelského plánu roste i počet a potřeba dodavatelů. Výhodné je, pokud je na trhu více dodavatelů, kteří nabízejí stejný produkt. Problémem je, pokud je na trhu málo dodavatelů, kteří si pak mohou diktovat různé cenové a jiné podmínky. Dále pokud jsme na spolupráci s dodavatelem vynaložily velké náklady, o které bychom při změně dodavatele přišli a cena poptávaného produktu výrazně ovlivňuje cenu našeho nabízeného produktu (1).
- Zákazníci - Porterova analýza se u zákazníku zaměřuje především na vyjednávací sílu. Nejméně problémová je situace, kdy se na trhu vyskytuje hodně zákazníků. Zákazník si v takové situaci nediktuje svoje podmínky, ale automaticky přijímá ty naše. Také ztráta zákazníka není nijak zvlášť ohrožující. Problém vzniká, pokud je zákazníků málo, pokud má zákazník velký podíl na tržbách podniku, snadná možnost zákazníka přejít ke konkurenci a pokud při uzavírání obchodu nelze vyjednávat o jeho podmínkách (1).

A doplňkovými faktory jsou vláda a veřejnost. Vláda může například prosazovat zájmy určitých podniků a na úkor jiných a tím ovlivňovat konkurenční prostředí. Veřejnost se vyjadřuje především prostřednictvím sociálních sítí nebo pomocí médií. Dalším doplňkovým faktorem jsou dodavatelé komplementů. Ti nepřímo ovlivňují konkurenční prostředí, ale v někdy je toto ovlivnění zásadní. Příkladem je například nákup postele, ke které je komplementem matrace, jejíž nákup je také současně s nákupem postele nezbytně nutný (1).

1.11 Vnitřní prostředí podniku

V analýze vnitřního prostředí se jedná konkrétně o náš podnik a o jeho vstup na trh. Důležité je si v této analýze určit své silné a slabé stránky. Většina nástrojů analýzy je sestavená pro již existující podnik, což je výhodné, pokud sestavujeme podnikatelský plán pro existující podnik, ale jsou zbytečné, pokud sestavujeme podnikatelský plán pro podnik nový (1).

1.12 SWOT Analýza

Je to takzvané zamýšlení se a hledání svých příležitostí, hrozeb, slabin a silných stránek. Tato analýza je kombinací S-W a O-T analýzy. S-W analýza se zaměřuje na vnitřní mikro prostředí a hledá silné a slabé stránky uvnitř podniku, O-T analýza se koncentruje na vnější makro prostředí a vyjadřuje příležitosti a hrozby, které se nachází v okolí podniku. Vnitřní prostředí je ovlivnitelné na rozdíl od vnějšího, proto u vnějšího jde o identifikaci a případná opatření ohledně příležitostí a vyvarování se hrozbám. Mezi vnější činitele, které mohou vytvářet příležitosti a hrozby patří:

- Sociální faktory – sociální diferenciacce obyvatel.
- Demografie – geografické a věkové rozložení.
- Ekonomické prostředí – například ochota utrácet, úrokové sazby a další.
- Kulturní faktory – kulturní zvyklosti a další (4).

Mezi vnitřní činitele patří:

- Finance – zdroje financí, zadluženost, ziskovost a další.
- Firemní kultura – záleží na zemi, ve které se firma nachází.
- Technologie – postavení firmy, patenty, výrobní plochy a další.
- Organizace – odpovědnost, komunikace, mezilidské vztahy, hierarchie řízení a další (4).

Prvním krokem ve SWOT analýze je identifikace čtyř oblastí, a to silných a slabých stránek a příležitostí a hrozeb:

- Mezi silné stránky patří originalita nabízených výrobků, znalosti, informovanost, nízké náklady, úspory, lokalizace podniku a mnoho dalších.
- Mezi slabé stránky zařazujeme naopak vysoké náklady, nízká loajálnost, nízká kvalifikace zaměstnanců, nedostatečné zkušenosti, špatná kvalita výrobků.
- Příležitostmi jsou trendy v technologiích, špatná strategie konkurence, příznivé podmínky na trhu a v politice a další.
- A nakonec mezi poslední skupinu, a to hrozby patří státní zásahy do ekonomiky, jako například daně, clo a bariéry, konkurenční tlak, zvýšené riziko prodeje a další (4).

Druhým krokem je propojení těchto oblastí a jejich vložení do aktivit a cílů podniku. Propojením S-W a O.T analýzy mohou vzniknout čtyři různé strategie, a to:

- S-O strategie – zaměření se na silné stránky podniku a využití jeho příležitostí.
- W-O strategie – omezení slabých stránek a využití nabízených příležitostí.
- S-T strategie – zamezení hrozeb pomocí silných stránek.
- W-T strategie – redukce slabých stránek a redukce hrozeb (4).

1.13 Analýza nákladů

Další analýzou je analýza nákladů, díky které náklady identifikujeme a můžeme dále pracovat. Náklady se podle vztahu k produkci dělí na fixní a variabilní (1).

1.13.1 Fixní náklady

Fixní náklad jsou náklady, které se nemění. Dělí se na jednorázové a pravidelné. Mezi jednorázové náklady patří například náklady na počáteční vybavení podniku. Je to vložená investice s předpokladem návratnosti. Pravidelné náklady se platí měsíčně, popřípadě čtvrtletně či ročně, opakovaně (1).

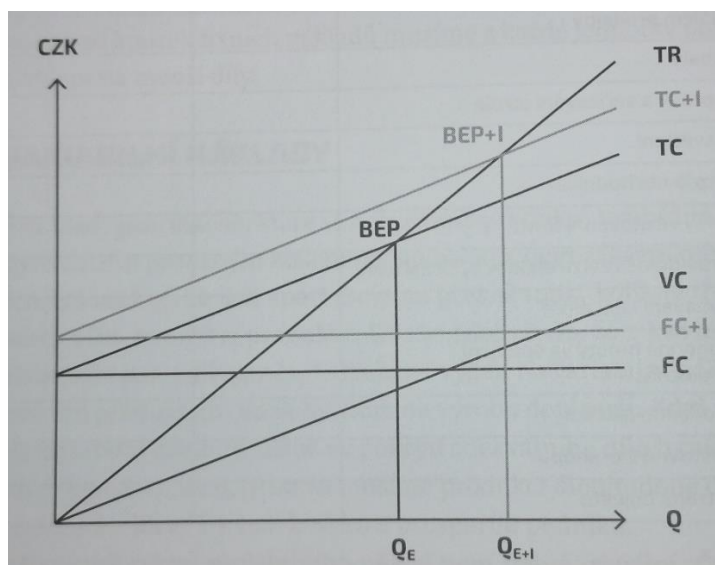
1.13.2 Variabilní náklady

Variabilní náklady se mění v závislosti na objemu produkce. Čím větší je objem, tím vyšší jsou variabilní náklady. Nespornou výhodou oproti fixním je tedy to, že pokud se sníží množství produkce, tak se také sníží i množství nákladů (1).

1.13.3 Analýza bodu zvratu

Patří mezi nejjednodušší nástroj analýzy nákladů. Tato analýza nám dá odpovědi na otázku, zda lze alespoň pokrýt celkové náklady, zde je kapacita podniku dostačující pro dosažení bodu zvratu (1).

Obrázek 1 - Bod zvratu



Zdroj – (1).

Na ose x se nachází množství produkce a na ose y množství peněz. Dále graf obsahuje:

- TR – výnosy.
- TC – celkové náklady.
- VC – variabilní náklady.
- FC – fixní náklady.
- BEP – bod zvratu (1).

1.14 Kalkulace

Kalkulace spočívá v přiřazení nákladů k jednotkám výkonu (kalkulační jednice, například ke službě či zakázce a tím získání předběžné ceny výrobku. Náklady se dělí na přímé a režijní, přitom přímé se dají přiřadit snadno oproti režijním, které je potřeba rozpočítat dle určitého klíče. Režijní náklady se dále dělí na výrobní, správní a odbytovou režii (1).

1.14.1 Kalkulační jednice

Je to jednotka, na kterou se přepočítávají náklady a výnosy. Je to například kus, hodina, kilogram a další (1).

1.14.2 Metody kalkulace

Nejběžnějšími metodami jsou kalkulace:

- Prostá – nejprve se sečtou veškeré náklady a ty se pak dělí množstvím kusů. Tímto výpočtem získáme náklady na jeden kus, který se dále porovnává s prodejní cenou výrobku.
- Stupňovitá – podstatou je rozdělení jednotlivých fází produkce. Výrobní náklady se rozpočítávají na vyrobené produkty a správní a odbytová režie se rozpočítává na pouze skutečně prodané produkty.
- Dělením poměrových čísel – nejvhodnější v případě více druhů produktů, které se liší pouze například délkou, hmotností a jinými vlastnostmi.
- Zakázková – používá se při objednávkách, které jsou specifické (1).

1.15 Financování podnikatelských aktivit

Zdroje financování obecně slouží pro zajištění chodu kapitálu, půdy a pracovní síly. Dělíme je na cizí zdroje a vlastní zdroje (4).

Vlastní zdroje jsou takové, které vlastním a chci dále navyšovat. Dělí se na:

- Základní kapitál – základní kapitál je tvořený vklady společníků (4).
- Zisk – zisk se dělí na ekonomický a účetní. Patří mezi základní motivaci podnikatele (4).
- Odpisy – odpisy vyjadřují opotřebení dlouhodobého majetku v peněžních jednotkách. Jsou dva druhy odpisů, a to účetní a daňové. Účetní odpisy vyjadřují skutečné opotřebení dlouhodobého majetku. Daňové odpisy oproti účetním vyjadřují potřeby, díky nimž se stanoví základ daně z příjmu (6).

Cizí zdroje jsou potřeba při nedostatku vlastních zdrojů nebo také, když je nutnost překlenout časový rozdíl mezi příjmy a výdaji (4). Dělí se na:

- Úvěr - je základním cizím zdrojem financování. Z časového hlediska se dělí na krátkodobý a dlouhodobý. Pravidlem je, že krátkodobým úvěrem je vhodné financovat majetek krátkodobý a dlouhodobým úvěrem majetek dlouhodobý.

Formou se dělí na bankovní a obchodní. Bankovní poskytuje banka a obchodní vyplývá z dodavatelských a odběratelských vztahů mezi podnikateli.

- Leasing – dělí se na operativní a finanční. Nájemce má u operativního omezenou dobu pronájmu a také odpovědnost. Oproti tomu u finančního leasingu nese odpovědnost nájemce a po uplynutí doby leasingu zůstává předmět nájmu nájemci.
- Dluhopis - tento zdroj díky vysokým nákladům využívají zejména větší firmy.
- Factoring a forfaiting – factoring je prodej nezajištěných pohledávek a tím urychlení obchodu. Forfaiting je odkup dlouhodobějších pohledávek.
- Akcie – akcie patří mezi zdroje, které využívají akciové společnosti. Vlastník akcie se stává akcionářem s nárokem na dividendy. Akcie se dělí na akcie na jméno a na majitele. Stejně jako dluhopisy jsou vysoce nákladové
- Dary a dotace (4).

1.16 Metody hodnocení investic

Cílem hodnocení investic je porovnání investičního výdaje s výsledným efektem z této investice. Kritéria hodnocení investic se dělí podle:

- Respektování faktoru času – statická a dynamická.
- Efektu z investice – nákladová a finanční (6).

V tabulce č. 5 je stručné rozdělení metod hodnocení efektu investic dle faktoru času.

Tabulka 5 - Rozdělení metod dle faktoru času

Metody hodnocení efektivnosti investic	
Dynamické metody	Statické metody
Čistá současná hodnota	Účetní rentabilita
Vnitřní výnosové procento	Doba návratnosti
Index rentability	Průměrné roční náklady
Diskontované náklady	

Zdroj – (6).

V následující tabulce č. 6 je rozdělení metod hodnocení efektivnosti podle efektu vycházejícího z investic.

Tabulka 6 - Rozdělení metod dle efektu z investice

Metody hodnocení investic	
Finanční kritéria	Nákladová kritéria
Čistá současná hodnota	Průměrné roční náklady
Vnitřní výnosové procento	Diskontované náklady
Index rentability	
Účetní rentabilita	
Doba návratnosti	

Zdroj – (6).

Čistá současná hodnota je nejvýraznějším kritériem hodnocení investice. Pracuje s faktorem času a s peněžním příjmem z investice. Patří mezi absolutní rozdílové ukazatele (4).

Doba návratnosti je doba, za kterou příjmy dosažené díky investici splatí výdaj na tuto investici (4).

Vnitřní výnosové procento vyjadřuje hodnotu úrokové míry, při které se diskontované peněžní příjmy z investice rovnají jednorázovým kapitálovým výdajům (4).

Průměrná výnosnost pracuje se ziskem a nebere v potaz faktor času. Jedná se o porovnání zisku z investice s průměrnou zůstatkovou cenou z této investice (4).

Nákladová kritéria jsou kritéria, pro které je efektem z investice úspora nákladů. Patří mezi ně metoda diskontovaných nákladů a metoda ročních průměrných nákladů (4).

1.17 Daňová evidence a vedení účetnictví

Podnikání přináší i řadu dalších povinností, jako je vedení účetní evidence, daňové evidence, platba daně a odvodů na sociální a zdravotní pojištění a další. Regulace těchto povinností se často mění, a proto je nutné sledovat jejich změny a řídit se jimi. Účetnictví plní různé funkce, a to například:

- Informační funkce.
- Registrační funkce.
- Důkazní funkce.
- Manažerská funkce.
- Kontrolní funkce.

- Slouží pro vyměření daňové povinnosti daně z příjmu, DPH, spotřební daně a další (14).

Mezi charakteristické znaky účetnictví patří:

- Jedná se o zachycení skutečného stavu a pohybu majetku a závazků a pomocí účetnictví se zjišťuje skutečný výsledek hospodaření.
- Evidence se vede z časového hlediska.
- Účetnictví se vede jako soustava účetních záznamů. Vede se nepřetržitě, úplně, správně a průkazným způsobem.
- Účetnictví se vede v české měně a v českém jazyce (14).

V České republice existují 3 podoby účetnictví a to účetnictví (dříve podvojně), vnitropodnikové účetnictví a daňová evidence (dříve jednoduché účetnictví) (4).

1.17.1 Vedení účetnictví

Povinnost vést účetnictví, vycházející ze zákona o účetnictví, mají pouze účetní jednotky, a to:

- Právnícké osoby se sídlem v České republice.
- Zahraniční právnícké osoby.
- Organizační složky státu.
- Fyzické osoby zapsané v obchodním rejstříku.
- Fyzické osoby, které jsou podnikateli a jejichž obrat za 12 měsíců bezprostředně po sobě jdoucích přesáhl 25 mil. Kč.
- Fyzické osoby vedoucí účetnictví dobrovolně.
- Fyzické osoby vedoucí účetnictví dle zvláštního právního předpisu.
- A další (13).

Účetní jednotky sestavují účetní závěrku, která se skládá z rozvahy, výkazu zisků a ztrát, z přílohy a může se skládat i z přehledu peněžních toků (4).

1.17.2 Daňová evidence

Díky daňové evidenci se stanovuje základ daně z příjmu. Evidují se zde údaje o příjmech a výdajích a o majetku a závazcích. Evidenci příjmů a výdajů je upravena zákonem

o daních z příjmů. Další povinností při vedení daňové evidence je provedení inventarizace. Jde o zjištění skutečného stavu zásob, majetku, pohledávek a závazků (5).

Daňovou evidenci vedou fyzické osoby, které podnikají a nevedou podvojný účetnictví. Dále místo skutečných výdajů nepoužívají paušální výdaje. Jedná se zejména o podnikatele, kteří podnikají v zemědělské výrobě, v lesním a vodním hospodářství. Dále jde o podnikatele, kteří mají příjmy ze živností a z jiného podnikání de zvláštních předpisů, například jde o lékaře, notáře a další. Tuto evidenci nevedou účetní jednotky (4).

1.18 Daně v podnikání

Podnikatel by se měl daněmi a dalšími povinnostmi s daněmi spojenými zabývat již při výběru právní formy, jelikož každá právní forma má různá daňová specifika (14).

Obecně se daní rozumí nedobrovolná. Neekvivalentní a nenávratná platba, která slouží státu k financování jeho provozu, ke stabilizaci ekonomiky, zajišťování bezpečnosti a veřejných statků a mnoha dalších věcí (14).

Daně se obecně dělí na majetkové, důchodové a spotřební. Majetkové daně se zabývají majetkem, který člověk vlastní. Důchodové jsou daně z příjmů, tedy z výkonu práce a spotřební se týkají spotřeby, tedy toho, co člověk spotřebuje (14).

Základním rozdělení daní

Přímé (14):

- Daň z příjmu.
- Silniční daň.
- Daň z nemovitosti.
- Cla.
- Daně z převodu nemovitosti:
 - Darovací daň.
 - Dědická daň.
 - Daň z převodu nemovitostí.

Nepřímé (14):

- DPH.
- Spotřební daň.
- Ekologické daně.

Daně musí obsahovat různé náležitosti, jako je subjekt daně, předmět daně, základ daně a její sazba. Dále i správce daně slevy na dani a jiné (14).

Dan z příjmu fyzických osob

Předmětem daně z příjmu fyzických osob je peněžní i nepeněžní zvýšení majetku poplatníka. Sazba daně činí 15 % ze superhrubé mzdy. Poplatník podává do 1. dubna daňové přiznání, pokud mu ho podává daňový poradce, tak do 30. června. Poplatníci se dělí na dvě skupiny, a to na daňové rezidenty a daňové nerezidenty (3); (4).

Dan z příjmu právnických osob

Předmětem daně z příjmů právnických osob jsou výnosy z veškeré činnosti a z nakládání s veškerým majetkem. Základ daně je výsledek hospodaření, který je upraven o daňově neuznatelné náklady a o dary a případné ztráty. Sazba daně činí 19 % ze základu daně. Daňové přiznání se podává také do 1. dubna a s daňovým poradcem také do 30. června (3); (4).

Silniční daň

Předmětem silniční daně jsou motorová vozidla a jejich přípojná vozidla, která jsou registrovaná v ČR a která se používají pro podnikání. Předmětem silniční daně jsou i nákladní vozidla, která jsou předmětem daně bez ohledu na to, zda jsou využívána k podnikání nebo ne. Některá vozidla dle zákona o silniční dani nejsou předmětem daně nebo jsou osvobozená. Daň zjišťuje a odvádí provozovatel vozidla, Základem daně je zdvihový objem motoru. Zálohy jsou splatné čtvrtletně, a to 15. dne měsíce dubna, července, října a prosince (3); (4).

Dan z nemovitostí a převodu nemovitostí

Tato daň není přímo spojena s podnikáním. Obě tyto daně jsou daňově uznatelné (4).

Cla

Obchody probíhající se zeměmi EU se od cla osvobozují. Dovozy ze třetích zemí se týká celní sazebník TARIC, který je zřízen EU (4).

DPH

Plátcem (ten, kdo odvádí daň) je každý podnikatel, jehož roční obrat je vyšší jak 1 mil. Kč. Do 10 mil. Kč si může zvolit, zda bude měsíčním nebo čtvrtletním plátcem. Poplatníkem DPH (ten, kdo daň platí) je zákazník. Daň z přidané hodnoty se počítá jako odečet DPH na vstupu od DPH na výstupu. Existují tři sazby daně, a to dvě snížené 10 % a 15 % a základní sazba je 21 % (3); (4).

Spotřební daně

Spotřební daně se platí z lihu, lihovin, tabáku a tabákových výrobků, z piva, vína, paliv a maziv. Plátcí daně jsou registrované osoby. Daň se platí celním úřadům do 25. dne v měsíci (4).

Ekologické daně

Ekologické daně se platí z pevných paliv, zemního plynu a elektřiny. Plátcem je jejich dodavatel a poplatníkem odběratel. Daň se jako u předchozí daně platí celním úřadům do 25. dne v měsíci (4).

1.19 Další povinné odvody v podnikání

Vedle daní patří k povinnostem podnikatele také odvádění pojistného sociálního zabezpečení, veřejné zdravotní pojištění a příspěvek na státní politiku zaměstnanosti. Mezi dalšími povinnostmi je zákonné pojištění zaměstnavatele a komerční pojištění pro podnikatele (3).

Veřejné zdravotní pojištění

Účast na zdravotním pojištění dává pojištěncům právo na plné nebo částečné hrazení zdravotní péče v České republice, popřípadě i v zahraničí. Na pojistném je povinná se

účastnit každá osoba, která trvale bydlí na území ČR nebo je zde zaměstnána. Pojistné se vypočítá na základě výše vyměřovacího základu, sazby pojistného a podle rozhodného období (3).

Pojistné sociálního zabezpečení a příspěvek na státní politiku zaměstnanosti

Do pojistného zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti patří důchodové pojištění, příspěvek na státní politiku zaměstnanosti a nemocenské pojištění. Toto pojištění spravuje Česká správa sociálního zabezpečení. Povinnost účastnit se na pojistném mají osoby v pracovněprávním poměru a osoby samostatně výdělečně činné. Pojistné se stanovuje na základě sazby, vyměřovacího základu a rozhodného období (3).

Zákonné pojištění zaměstnavatele

Toto pojištění se provádí za účelem zajištění zaměstnanci náhradu škody, která vznikne při plnění pracovních úkolů. Pojistné platí zaměstnavatel. Sazby pojistného se liší podle výše rizika úrazu (3).

Komerční pojištění pro podnikatele

Patří mezi nepovinné pojištění, které je poskytováno na komerčním základě. Dělí se na:

- Pojištění, které se vztahuje k samotnému podnikateli nebo jeho zaměstnancům (kapitálová a životní).
- Pojištění majetku, který je určený pro podnikání (živelní pojištění, pojištění v případě odcizení a vandalismu, pojištění elektroniky, skla a strojů).
- Pojištění rizik, které vyplývají z podnikání (pojištění obecné a profesní odpovědnosti za škodu, pojištění právní ochrany, pojištění odpovědnosti za výrobek a pojištění pohledávek).
- Pojištění motorových vozidel (povinné ručení a havarijní pojištění) (3).

2 Analýza problému a současné situace

2.1 Postavení podniku na trhu, konkurence, dodavatelé

Před zahájením činnosti je důležité analyzovat trh, na kterém bude podnik působit. Dále konkurenci, dodavatele, odběratele a další.

2.1.1 Vnější prostředí

PEST analýza

- Politicko-legislativní prostředí:
 - Patří sem právní a daňové regulace, jako například Zákon o obchodních korporacích, Zákon o přeměnách obchodních společností a družstev, Zákoník práce, Zákon o dani z příjmu a další.
 - Mezi nejnovější regulace patří kontrolní hlášení, EET, GDPR a jiné (19).
 - Dále sem patří vyhlášky č.500/2002 Sb., 383/2009 Sb. a jiné.
 - V České republice je velké množství druhů dotací. Pro vyhledání jsou například vhodné stránky OPPIK (20).
 - Česká korupce podle Indexu vnímání korupce, které zveřejnil Transparency.cz je dle průměru EU stále podprůměrná. V roce 2019 se propadla o 6 bodů a je na 44 místě (21).
- Ekonomické prostředí:
 - Inflace - míra inflace vyjádřená přírůstkem průměrného ročního indexu spotřebitelských cen za únor 2020 jsou 3 %. Za rok 2019 byla průměrná roční míra inflace ve výši 2,8 % (22).
 - Nezaměstnanost – míra nezaměstnanosti dosáhla v roce 2019 2,0 % a v roce 2020 se očekává díky uzavírání produkční mezery její mírný růst na 2,2 % (23).
 - HDP – v roce 2019 se reálný hrubý produkt zvýšil o 2,5 %, a v roce 2020 se očekává snížení na 2,0 % vlivem slabší domácí poptávky (23).
 - Minimální mzda – oproti roku 2019 se minimální mzda zvýší o 1250 Kč na 14600 Kč. Minimální mzda se zvýší na 40,5 % průměrné mzdy (24).

- Úrokové sazby – vycházím pouze z předpokladů Ministerstva financí, a to, že v roce 2019 jsou dlouhodobé úrokové sazby ve výši 1,5 % p.a. a v roce 2020 klesnou na 1,4 % p.a. (23).
- Sociokulturní prostředí:
 - Stárnutí obyvatelstva – nejvíce bude v čase přibývat osob ve vyšším věku a počet osob v produktivním věku se bude snižovat (25).
 - Náboženství – z pohledu náboženství se Česká republika řadí mezi ty neutrální, tedy bez oficiálního náboženství. Převahuje zde ateismus, tedy osoby bez náboženské víry (25).
 - Životní styl – v šetření z roku 2017 se zkoumala fyzická aktivita v práci, BMI, stravování a četnost návštěv lékařů. Z tohoto šetření vyšly ve stravování, v návštěvách lékařů a BMI lépe ženy a ve fyzické náročnosti práce muži (26).
- Technologické prostředí:
 - Technologické trendy – v roce 2019 bylo hlavním trendem sbírání dat ochrany uživatelů. V roce 2020 bude trendem využívání sesbíraných statistik do praxe, a díky tomu se budou vytvářet trvalé a autentické vztahy mezi společnostmi a zákazníky. Dále bude pokročilá hlasová technologie, zvýší se povědomí na D2C marketing. Podle analytiků ze společnosti Gartner jsou dalšími trendy pro rok 2020 hyperautomatizace, multiexperience, transparentnost, bezpečnost umělé inteligence a další (27).
- Ekologické prostředí:
 - Změny v ekologii – v posledních letech jde stále více do podvědomí ekologie a vše co s ní souvisí. Z výročních zpráv Ministerstva životního prostředí nastala záporná změna od roku 2010 v lesích v těžbě dřeva. Zhoršil se i průmysl a energetika, a to vytápění domácností a v neposlední řadě odpady (28).
 - V Jihomoravském kraji konkrétně se zhoršil stav produkce odpadů, vytápění domácností, spotřeby elektrické energie, těžby dřeva a využití území a vodního hospodářství (29).

PORTEROVA analýza pěti konkurenčních sil

- Současná konkurence - na trhu se šaty v Brně je nyní konkurence celkem vysoká. Salonu se společenskými šaty nebo svatebních salonů je zde zhruba 50. Mezi jejich silné i slabé stránky patří umístění salonů, některé jsou ve středu města, jiné na jeho okraji. Spousta podniků se modernizuje a zlepšuje i své webové stránky pro lepší informativnost zákazníků.
- Potencionální konkurence - v posledních letech se salony a půjčovny na brněnském trhu rozrostly a je jich velký počet, proto se dá očekávat, že by se růst mohl zpomalit nebo zastavit. Jelikož už nyní je konkurence značně vysoká.
- Poskytovatelé substitutů - pro tento typ zboží a služeb také existují substituty. Mezi nejznámější jsou zejména čínské internetové stránky s oblečením typu Aliexpress, Ebay, Romwe a další. Jejich výhodou je cena nabízeného zboží. Mnoho žen si objedná levné šaty z Číny a nechá si je pouze upravit u švadlen. Dále sem patří také živnostníci věnující se šití, jelikož dokáží ušít šaty přesně na přání a na míru.
- Dodavatelé - pro salon a půjčovnu existuje mnoho dodavatelů, ať už šatů, doplňků, čištění zboží, výzdoby salonu jelikož jde o výzdobu květinovou, vybavení salonu, různých pochutin a dalších komodit. Jelikož na trhu je spousta dodavatelů zboží a služeb, zvedených výše, tak není vyvíjen žádný tlak při určování cen a termínů. Pokud by se tak stalo, je plno možností nahradit tyto dodavatele za jiné a firma se tím nijak nepoškodí. Mezi největší dodavatele šatů bude patřit IVY & OAK, LAONA, Vila, Missguied, Dorothy Perkins, Maya Deluxe, Vero Moda, Lauren Ralph Lauren, Chi Chi London, Jesus piero, San Patric, Jovani a další. Mezi dodavatele doplňků bude patřit internetové obchody Zalando, Zoot, Abou You a další. Dodavatelem nábytku se stane firma Linea BLANSKO, která vyrobí nábytek do salonu na míru. A pochutiny zejména víno bude dodávat společnost Paleta chutí a Vinařství na Špičáku.

- Zákazníci - jelikož je v Brně spousta svatebních salonů, salonů s plesovými a společenskými šaty nebo půjčoven. Zákazník má velký výběr, a tudíž si může vybírat dle ceny a předchozích zkušeností či recenzí. Může také využít výše zmíněné substituty díky nízké ceně. Proto je důležité zaujmout zákazníka moderností salonu a jeho zboží, dále cenou, vstřícností personálu a dalšími dobrými přednostmi.

2.1.2 Vnitřní prostředí

Cílem analýzy vnitřního prostředí je uvědomění si vlastních silných a slabých stránek (1).

2.1.3 SWOT analýza

SWOT analýza představuje propojení vnějšího a vnitřního prostředí podniku. Z tabulky č. 7 lze vyčíst, že se analýza skládá ze čtyř částí, a to silných stránek, slabých stránek, příležitostí a hrozeb (1).

Tabulka 7 – SWOT analýza

Silné stránky	Slabé stránky
cena	nová společnost na trhu
velká nabídka různých druhů a značek šatů a doplňků	menší zkušenosti s podnikáním
zkušenosti v oboru	nízké finanční rezervy
kvalitní zaměstnankyně z oboru	zboží pouze pro ženy
vysoká kvalita zboží a služeb	málo parkovacích míst
moderní a designový salon	
dobře zpracované internetové stránky	
dobré umístění podniku	
Příležitosti	Hrozby
moderní zboží	konkurence
doba, kdy se vrací zpět důležitost manželství	poskytovatelé substitutů
plesová sezona	méně zákazníků, než bylo v plánu

existence mnoha kulturních akcí	špatná propagace
rozšíření sortimentu o doplňky	možnost zvýšení nájmů

Zdroj – vlastní zpracování, 2020

Tabulka č. 8 pojednává o nejdůležitějším kroku SWOT analýzy, a to o vyhodnocení, které spočívá v provázání silných a slabých stránek s příležitostmi a hrozbami a vznikají čtyři strategie (1).

Tabulka 8 – SWOT analýza - strategie

	Silné stránky	Slabé stránky
Příležitosti	SO strategie představit a zpropagovat designový salon s moderním nadčasovým zbožím prostřednictvím modní přehlídky	WO strategie v plesové sezoně otevírat i mimo pracovní dobu a tím navýšit nejen čas pro zákazníky ale i parkovací místa
Hrozby	ST strategie propagace kvalitních služeb a zboží zvýšit povědomí o existenci salonu pomocí různých reklam	WT strategie lepší ceny než u konkurence rozšířit nabídku zboží i pro muže

Zdroj – vlastní zpracování, 2020

3 Analytická část

V této části se budu vytvářet podnikatelský plán pro konkrétní podnik.

3.1 Konkrétní podnikatelský plán

Pro vytvoření tohoto plánu budu vycházet z teoretických poznatků uvedených výše v této bakalářské práci. Cílem je vytvořit podnikatelský plán pro založení salonu na prodej a zapůjčení svatebních a plesových šatů.

Titulní strana

ŠATY pro každou příležitost, s. r. o.

PODNIKATELSKÝ PLÁN

Plán sestavila: Šárka Dufková

Dne: 18. 02. 2020

Obrázek 2 – Logo společnosti



Zdroj – vlastní zpracování, 2020

Firma: ŠATY pro každou příležitost, s. r. o.

IČ: 735 43 090

Sídlo: Křenová 651, 602 00 Brno 2

Kontaktní osoba: Karla Pospíchalová

Internetové stránky: www.satyprokazdouprilezitost.cz

Email: saty.prokazdoupriležitost@gmail.com

Předmět podnikání: Půjčování a prodej plesových a svatebních a formálních šatů.
Půjčování a prodej doplňků.

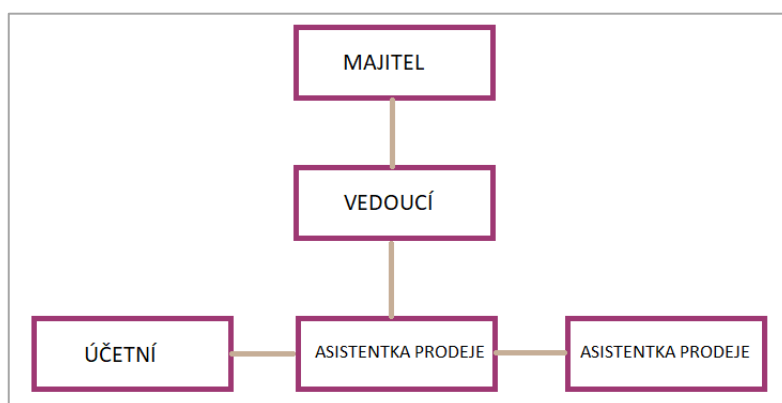
Datum vzniku společnosti: 1. 3. 2020

Obsah

Obsah podnikatelského plánu je uveden v příloze.

Organizační struktura podniku

Obrázek 3 – Organizační struktura



Zdroj – vlastní zpracování, 2020

Majitelka – Ing. Karla Pospíchalová

Paní inženýrka Karla Pospíchalová je majitelkou a zakladatelkou zároveň. Z předešlých prací v podobném oboru získala mnoho zkušeností a v roce 2020 se rozhodla založit si podnik vlastní. Jako majitelka se bude starat o to, aby podnik fungoval a obstál na trhu konkurence.

Vedoucí – Martina Kalousová

Paní Martina Kalousová byla díky zkušenostem v oboru přijata jako vedoucí. Na starost bude mít chod salonu jako takový a dvě asistentky prodeje a jednu účetní. Dále je paní Martina vyučena jako švadlena a své znalosti bude v práci využívat.

Účetní – Ing. Veronika Koudelová

Paní inženýrka Veronika Koudelová vystudovala na fakultě Podnikatelské obor účetnictví a byla přijata jako účetní. Bude mít na starost komplexní účetní a daňové náležitosti.

Asistentky prodeje – Petra Kratochvílová a Ema Bílá

Jako asistentky prodeje byly přijaty slečny Petra Kratochvílová a Ema Bílá. Obě mají maturitu z Umělecké školy Jihlava v oboru design a móda a orientují se v tomto oboru. Budou mít na starost péči o zákazníky, se kterými souvisejí i rady ohledně zboží, kde využijí jejich nabyté znalosti.

3.2 Popis podniku

V této kapitole je přehledně popsán předmět podnikání, umístění podniku a popis výrobků a služeb.

Předmět podnikání

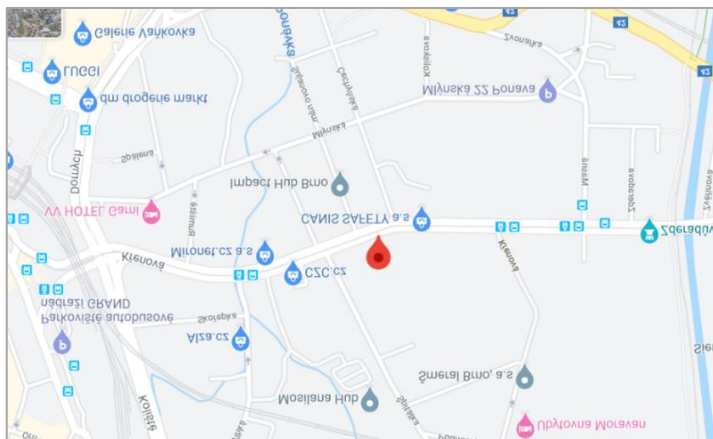
Předmětem podnikání salonu ŠATY pro každou příležitost je hlavně prodej a půjčování společenských šatů, a to hlavně plesových a svatebních. Má také rozšířené služby, a to prodej a půjčování doplňků. Další doplňkovou službou je poradenství ohledně tohoto zboží.

Umístění podniku a doplňkové informace

Salon se bude nacházet v Brně 2 na ulici Křenová. Nájemní smlouva bude uzavřena ke dni 1. 4. 2020 a měsíční nájemné činí 80 000 Kč včetně DPH.

Na obrázku č. 3 je přehledně vidět, kde se bude podnik nacházet.

Obrázek 4 – Mapa umístění podniku



Zdroj: google.com/maps

Otevírací doba salonu bude od pondělí do pátku od 9:00 hodin do 17:00 hodin. Bude možnost i individuální domluvy pro změnu času či možnost přijít do salonu i mimo pracovní den.

Popis zboží a služeb

Sortiment se dělí na dvě základní skupiny. Na šaty a doplňkové zboží. Šaty budou k dispozici jak v salonu, tak je bude možnost objednat na přání zákazníků a nechat ušít.

Mezi hlavní druhy šatů bude možnost zakoupení či půjčení těchto šatů:

- Svatební – Ať už pro nevěstu či družbu.
- Plesové – Dlouhé, midi a krátké.
- Maturitní – Různé druhy od přiléhavých po korzetové.
- Do tanečních.
- Společenské.
- Koktejlové.
- A další.

Doplňkovým sortimentem budou:

- Společenské boty.

- Šperky a další ozdobné doplňky.
- Kabelky.

3.3 Marketingová strategie

Jde o poznání a uspokojení potřeb zákazníka za účelem splnění cíle a dosažení zisku. V marketingové strategii je důležité si trh rozdělit na segmenty, vybrat si, pro nás nejzajímavější segment (targeting) a posledním krokem je zformulovat nejdůležitější vlastnost, díky níž zákazníci společnost na trhu identifikují (positioning).

Spolu s marketingovým mixem utváří techniky a taktiky k dosažení cílů v marketingu (1).

Nejpoužívanějším typem marketingového mixu je 4P do něhož patří:

- Produkt – produktem je výrobek či služba a jejich vlastnosti z pohledu zákazníka.
- Cena - do ceny patří samotná cena produktu, různé slovosé akce, věrnostní programy podniku, způsoby placení a další.
- Místo - je tam, kde se produkt prodává. Patří sem i způsob jeho distribuce, zásobování a jiné.
- Propagace – propagací se rozumí způsob, jakým se zákazník o produktu dozví. Například reklama, komunikace mezi prodejcem a zákazníkem [4].

4P typ se zabývá pohledem prodávajícího na marketingové nástroje sloužící k ovlivnění kupujících. Z pohledu zákazníka musí marketingové nástroje vždy přinášet výhodu, proto vznikl typ 4C. V následující tabulce č. 9 je přehledný seznam částí marketingových mixů 4 P a 4 C. (9).

Tabulka 9 – 4 P a 4 C

4P	4C
Produkt (product)	Potřeby a přání zákazníka (customer needs and wants)
Cena (price)	Náklady na straně zákazníka (cost to the customer)
Distribuce (place)	Dostupnost (convenience)
Komunikace (promotion)	Komunikace (communication)

Zdroj – (9).

Produkt

Zboží a služby jsem ve zkratce vypsala již v jedné z předchozích kapitol, nyní je představím více dopodrobna.

Produktem v našem podniku budou zejména šaty, a to různých druhů od svatebních až po plesové. Pro návštěvu salonu bude nutnost předem se objednat, aby se na ni mohly naše asistentky prodeje připravit, jelikož naším přídatným produktem je poradenská služba. Prodejní asistentky jsou vycvičeny v oboru a designu a módnímu odvětví velmi rozumí. Šaty se budou objednávat od kvalitních módních značek s dobrým jménem, aby měly zákaznice jistotu nejen v originálnosti, ale i v kvalitě. Přídatnou službou bude úprava vybraných šatů, například, zkrácení, zúžení, ale také našití různých ozdob podle přání a preferencí zákazníků. Dalším produktem budou doplňky jako kabelky, společenská obuv nebo šperky, které také budeme nakupovat od kvalitních dodavatelů. Díky domluvě se všemi našimi dodavateli bude možnost vybrat si různé šaty, které nebudou u nás na salonu dostupné na jejich stránkách a my je svým zákaznicím doobjednáme za lepší cenu, než by měly ony samy soukromým nákupem.

Cena

Stanovení ceny není jednoduchou záležitostí. Je důležité řídit se různými faktory jako jsou celkové náklady firmy spojené s produktem, ale i konkurenčními cenami a všechny zjištěné informace při stanovování zohlednit. Čím kvalitnější bude naše zboží a služby, tím se bude přímou úměrou zvyšovat i cena. Cena ale také závisí na poloze podniku a jelikož náš podnik se bude nacházet ve středu města Brna, bude tomu odpovídat i cena.

Společnost si bude chtít získat zákazníky různými slevovými akcemi a výhodami plynoucími z věrnostních programů. Při zahájení společnost bude nabízet veškeré zboží s 25% slevou, aby na sebe upoutala pozornost. Dle budou každý měsíc různé slevové a věrnostní akce. Bude možnost za každý nákup získat určitý počet bodů a při získání potřebného počtu bude například půjčení nebo úprava šatů se slevou nebo zcela zdarma. Placení bude probíhat přímo na prodejně buď hotovostní úhradou nebo díky platebnímu terminálu kartou. V následující tabulce jsou upřesněny ceny koupení či zapůjčení šatů. Ceny se mohou s ohledem na různorodost dodavatelů a úprav lišit. Proto jsou ceny uvedeny jen přibližně.

Tabulka 10 – Stanovení ceny šatů

ŠATY	CENA	
	PŮJČENÍ od:	KOUPĚ od:
svatební šaty		
A - line (áčkový střih)	5 000 Kč	11 000 Kč
Ball Gown (šaty s nabíranou sukní)	7 000 Kč	15 000 Kč
Mermaid (střih Mořská Panna)	4 500 Kč	10 000 Kč
Empire	4 500 Kč	10 000 Kč
Sheat (splývavý střih)	4 000 Kč	9 500 Kč
maturitní/společenské šaty		
A - line (áčkový střih)	3 200 Kč	8 000 Kč
Ball Gown (šaty s nabíranou sukní)	3 700 Kč	10 500 Kč
Mermaid (střih Mořská Panna)	2 500 Kč	6 500 Kč
Empire	2 500 Kč	6 500 Kč
Sheat (splývavý střih)	2 000 Kč	6 000 Kč

Zdroj – vlastní zpracování, 2020

Následující tabulka č. 11 také jako přechozí, obsahuje pouze přibližné ceny zboží, konkrétně doplňků.

Tabulka 11 – Stanovení ceny doplňků

DOPLŇKY	CENA	
	PŮJČENÍ od:	KOUPĚ od:
šperky		
set (náušnice, náhrdelník, náramek)	250 Kč	850 Kč
náušnice	150 Kč	350 Kč
náhrdelníky	150 Kč	350 Kč
náramky	100 Kč	200 Kč
obuv		
boty na podpatku	450 Kč	850 Kč
boty bez podpatku	350 Kč	800 Kč

Zdroj - vlastní zpracování, 2020

V následující tabulce č. 12 je znázorněn výčet přibližných cen služeb, které podnik nabízí.

Tabulka 12 – Stanovení cen služeb

NAŠE SLUŽBY	CENA od:
úprava šatů	
klasické úpravy (zkrácení, zúžení,..)	zdarma
ozdobné detaily na přání	zdarma
poradenství	zdarma

Zdroj – vlastní zpracování, 2020

Distribuce

Podnik se bude nacházet v Brně 2 na ulici Křenová a je i místem distribuce svého zboží. Podnik nemá e-shop, proto jediné místo, kde se bude dát zakoupit zboží bude právě výše zmiňovaný salon. Lokalizace patří do silných stránek podniku, jelikož se nachází v centru 2. největšího města v České republice. Je umístněný u zastávky Masná, na kterou se lze dostat z Hlavního Nádraží autobusem č. 67 a E76, tramvají č. 8 a 12 a trolejbusem č. 33.

Zboží si zákazníci budou moci koupit pouze v salonu, ale pokud si chtějí vybrat bez našich rad, budou si je moci vybrat na našich webových stránkách, kde bude naše zboží vyfoceno.

Propagace

Prvním krokem je v propagaci zásadní upoutat zákaznickovu pozornost. Proto budeme mít propagační videa na internetu, dále naše šaty budeme poskytovat jako takzvaný barter, aby nám je, jak je v této době dost známé a účinné, zpropagoval nějaký známý influencer, ať už na svém blogu, nebo youtube kanálu či instagramu. Zvýšit zájem potencionálních zákazníku budou moci i naše internetové stránky, které sice neslouží jako e-shop, ale lze si tam prohlédnout veškeré produkty a dodavatele. Společnost si vytvoří také facebookový a instagramový profil, kde bude zveřejňovat různé novinky a slevové akce. Mezi tištěnou propagaci budou patřit designové reklamní letáky a vizitky, které se budou rozdávat v centru města před zahájením podnikání. Dále tyto letáky chce majitelka vylepit na různá společenská místa, kde se konají různé společenské akce a do prostor středních škol, aby získala zájem studentek před maturitními plesy. Mezi další propagaci bude patřit účast na různých svatebních veletrzích, kde je sice velká konkurence, ale dá se vcelku snadno zaujmout potencionální budoucí zákaznice díky osobnímu kontaktu. Výše nákladů na propagaci je znázorněna v tabulce č. 13.

Tabulka 13 – Náklady na propagaci

NÁKLADY NA PROPAGACI	CENA
tisk vizitek (1000 ks)	800 Kč
tisk letáků (1000 ks)	1 500 Kč
profil na instagramu	0 Kč
profil na facebooku	0 Kč
profil na youtube	0 Kč
účast na veletrzích	10 000 Kč
webové stránky	15 000 Kč
barterové spolupráce	10 000 Kč
NÁKLADY CELKEM	37 300 Kč

Zdroj – vlastní zpracování, 2020

3.4 Finanční plán

V této kapitole se budu věnovat části podnikatelského záměru, která je přetransportovaná do finanční podoby, a to finančnímu plánu. Nejprve uvedu zahajovací rozvahu, finanční plán se poté bude skládat z počátečního kapitálu, provozních nákladů a předpokládaného plánu tržeb. Dále se budu zabývat výkazem zisků a ztrát, plánem peněžních toků a finanční analýze, která bude obsahovat poměrové ukazatele rentability, aktivity, likvidity a kapitálového trhu.

Zahajovací rozvaha

Počáteční rozvaha je vytvořena ke dni 1. 4. 2020. V tabulce č. 14 vidíme, že ve stálých aktivech je zařazen nábytek, který bude firma dále odepisovat, proto jsou další položkou oprávky k dlouhodobému majetku. Jelikož další vybavení nesplňuje cenovou hranici pro zařazení do dlouhodobého majetku, spadá ostatní vybavení do oběžných aktiv, konkrétně do materiálu jako drobný hmotný majetek. Dále je zde zařazeno zboží, a to šaty, obuv a doplňky a krátkodobý finanční majetek, který je rozdělený na peníze v pokladně a peníze na bankovním účtu. Na straně pasiv je uveden pouze základní kapitál, a to ve výši 350 000 Kč, který do firmy vložila sama majitelka, zmíněný v kapitole níže.

Tabulka 14 – Plánovaná zahajovací rozvaha

Plánovaná zahajovací rozvaha k 1. 3. 2020			
STÁLÁ AKTIVA		VLASTNÍ KAPITÁL	
DHM (022)	80 000 Kč	Základní kapitál (411)	350 000 Kč
Oprávky k DHM (082)	- 26 667 Kč		
OBĚŽNÁ AKTIVA		CIZÍ ZDROJE	
Materiál (112)	51 580 Kč		
Zboží (132)	144 600 Kč		
Pokladna (211)	60 000 Kč		
Bankovní účet (221)	40 487 Kč		
CELKEM	350 000 Kč	CELKEM	350 000 Kč

Zdroj – vlastní zpracování, 2020

Počáteční kapitál

Počáteční kapitál vložila do podniku majitelka z vlastních finančních zdrojů. Základní kapitál je ve dle předběžných propočtů 350 000 Kč. Tato výše by měla stačit na pokrytí počátečních nákladů.

Provozní náklady

Do provozních nákladů budou ve společnosti spadat:

- Mzdové náklady.
- Zásoby zboží.
- Náklady na zařízení podniku.
- Odpisy.
- Pronájem prostor, kde se salon nachází.
- Náklady na marketing.
- Ostatní náklady.

Mzdové náklady

Ve společnosti budou pracovat celkem čtyři zaměstnankyně. Všechny zde budou na hlavní pracovní poměr.

V následujících tabulkách č. 15, 16 a 17 jsou uvedeny podrobně výpočty hrubých mezd zaměstnankyň. Nejprve se z hrubé mzdy spočítá superhrubá, následně se vypočte 15% daň, od které se odečítají případné slevy.

Martina Kalousová podepsala prohlášení poplatníka, má tedy nárok na slevu na poplatníka. Dále má 2 děti, na které si bude uplatňovat slevu na dani. Její hrubá mzda bude ve výši 31 000 Kč měsíčně.

Tabulka 15 – Mzdové náklady 1

MARTINA KALOUSOVÁ	Kč
Hrubá mzda	25 000
Sociální pojištění (6,5 %)	1 625
Zdravotní pojištění (4,5 %)	1 125

Sociální pojištění placené zaměstnavatelem (24,8 %)	6 200
Zdravotní pojištění placené zaměstnavatelem (9 %)	2 250
Superhrubá mzda	33 450
Základ daně	5 025
Sleva na poplatníka	2 070
Ostatní slevy (2 děti)	2 884
Výsledná daň	71
Čistá mzda	22 179

Zdroj – vlastní zpracování, 2020

Ing. Veronika Koudelová podepsala prohlášení poplatníka. Její hrubá mzda bude činit 25 000 Kč měsíčně. V tabulce č. 16 je výpočet její čisté mzdy.

Tabulka 16 – Mzdové náklady 2

Ing. VERONIKA KOUDELOVÁ	Kč
Hrubá mzda	20 000
Sociální pojištění (6,5 %)	1 300
Zdravotní pojištění (4,5 %)	900
Sociální pojištění placené zaměstnavatelem (24,8 %)	4 960
Zdravotní pojištění placené zaměstnavatelem (9 %)	1 800
Superhrubá mzda	26 760
Základ daně	4 020
Sleva na poplatníka	2 070
Ostatní slevy	
Výsledná daň	1 950
Čistá mzda	15 850

Zdroj – vlastní zpracování, 2020

Asistentky prodeje Petra Kratochvílová a Ema Bílá také podepsaly prohlášení poplatníka a nárokují si tudíž slevu na poplatníka. Budou mít hrubou mzdu ve stejné výši a to 20 000 Kč měsíčně. Výpočet jejich mzdy je přehledný v tabulce č. 17.

Tabulka 17 - Mzdové náklady 3

PETRA KRATOCHVÍLOVÁ, EMA BÍLÁ	Kč
Hrubá mzda	16 000
Sociální pojištění (6,5 %)	1 040
Zdravotní pojištění (4,5 %)	720
Sociální pojištění placené zaměstnavatelem (24,8 %)	3 968
Zdravotní pojištění placené zaměstnavatelem (9 %)	1 440
Superhrubá mzda	21 408
Základ daně	3 225
Sleva na poplatníka	2 070
Ostatní slevy	
Výsledná daň	1 155
Čistá mzda	13 085

Zdroj – vlastní zpracování, 2020

Náklady za zaměstnance celkem budou činit 103 026 Kč měsíčně.

Zásoby zboží

Jelikož salon není dostatečně velký, aby mohl disponovat skladem a je možnost doobjednání zboží na přání, plánuje společnost nakoupit omezené množství zboží, které bude vystaveno v salonu.

V tabulce č. 18 je uvedena cena zboží, za kterou firma bude nakupovat, vynásobená vždy 3x, jelikož firma plánuje nakupovat od každého druhu zboží vždy pouze 3 kusy. Tento plán je nejen díky omezenému místu, ale také chce, aby zboží bylo také originální a neopakovaly se stejné kousky.

Tabulka 18 – Zásoby zboží

	cena za 1 ks	celkem
svatební šaty		
A - line (áčkový střih)	5 500 Kč	16 500 Kč
Ball Gown (šaty s nabíranou sukní)	7 500 Kč	22 500 Kč
Mermaid (střih Mořská Panna)	5 000 Kč	15 000 Kč
Empire	5 000 Kč	15 000 Kč
Sheat (splývavý střih)	4 750 Kč	14 250 Kč
maturitní/společenské šaty		
A - line (áčkový střih)	4 000 Kč	12 000 Kč
Ball Gown (šaty s nabíranou sukní)	5 250 Kč	15 750 Kč
Mermaid (střih Mořská Panna)	3 250 Kč	9 750 Kč
Empire	3 250 Kč	9 750 Kč
Sheat (splývavý střih)	3 000 Kč	9 000 Kč
Šperky		
set (náušnice, náhrdelník, náramek)	425 Kč	1 275 Kč
náušnice	175 Kč	525 Kč
náhrdelník	175 Kč	525 Kč
náramek	100 Kč	300 Kč
Obuv		
boty na podpatku	425 Kč	1 275 Kč
boty bez podpatku	400 Kč	1 200 Kč

Zdroj – vlastní zpracování, 2020

Náklady na zásoby budou celkem činit zhruba 144 600 Kč

Náklady na zařízení podniku

Pro výkon činnosti bude podnik potřebovat položky uvedené v tabulce níže. Při výběru těchto položek se bude zohledňovat nejen cena, kvalita a u nábytku také design. Po prohlédnutí několika e-shopů s elektronikou a po předběžném porovnání cen se elektronické zařízení nakoupí od společnosti CZC. Účetní program společnost zakoupí dle pozitivních recenzí od firmy STROMWARE, Nábytek si nechá vyrobit na míru od firmy Linea BLANSKO. Ostatní vybavení a dekorace se koupí v Ikea.

Náklady na zařízení podniku jsou přehledně sepsány v tabulce č. 19.

Tabulka 19 – Náklady na zařízení podniku

POLOŽKY	CENA
stolní PC s příslušenstvím	10 990 Kč
Účetní program POHODA	4 816 Kč
fotoaparát	5 790 Kč
platební terminál	12 091 Kč
nábytek	80 000 Kč
ostatní vybavení a dekorace	35 000 Kč

Zdroj – vlastní zpracování, 2020

Náklady na zařízení podniku budou v celkové výši 148 687 Kč.

Odpisy

Společnost se řídila zákonem o daních z příjmu a určila si limit pro dlouhodobý hmotný majetek ve výši 40 000 Kč a pro dlouhodobý nehmotný majetek ve výši 60 000 Kč.

Dále si společnost určila, že bude majetek odepisovat zrychleně. Z předchozí tabulky vyplývá, že bude odepisován pouze nábytek, který překročil cenovou hranici 40 000 Kč.

Nábytek v hodnotě 80 000 Kč spadá do 1. odpisové skupiny dle zákona o daních z příjmů a bude se odepisovat 3 roky.

V tabulce č. 120 je výčet odpisů majetku za každý rok.

Tabulka 20 – Odpisy majetku

ROK	ODPISY	OPRÁVKY	ZC
1	26 667 Kč	26 667 Kč	53 333 Kč
2	35 556 Kč	62 223 Kč	17 777 Kč
3	17 777 Kč	80 000 Kč	- Kč

Zdroj – vlastní zpracování, 2020

Pronájem prostor

Dle nájemní smlouvy přiložené v příloze budou měsíční náklady na nájem 60 000 Kč, jelikož jde o nebytové prostory v lokalitě příznivé pro obchod.

Náklady na marketing

Náklady na marketing jsou již podrobněji vypsány v tabulce č. 13.

Ostatní náklady

Mezi další náklady bude patřit náklady na energii, telefon, internet a pojistné. Na energii si společnost vyhradila na úhradu záloh 5 000 Kč měsíčně, na zálohy na telefon a internet celkem 1 500 Kč měsíčně. Společnost bude mít pojištěné zboží, salon a vybavení v celkové hodnotě 3 350 Kč.

Plán tržeb

Při stanovení tržeb bylo bráno v úvahu, že podnik vstupuje na trh poprvé. Je neznámý, proto bude nějakou dobu trvat, než se dostane do povědomí potenciálních zákazníků. Společnost také začíná svou činnost provádět v měsíci dubnu, což je již mimo hlavní plesovou sezonu, proto nebude zájem o zboží tak velký, jako v podzimních, zimních a brzkých jarních měsících, kdy se pořádá nejvíce jak společenských, tak maturitních plesů.

Společnost tedy odhaduje, že v prvním měsíci bude zhruba jen 10% nárůst tržeb díky krátkému trvání propagace salonu. V dalších měsících zhruba do září bude navýšení zhruba o 60 % díky různým slevovým akcím a salon již bude více známý. Nejvyšší nárůst se očekává od měsíce září do března, kdy se budou konat zmíněné plesy, a to o dalších 20 %, tedy 90% nárůst tržeb.

V tabulce č. 21 je ke každému druhu zboží předpokládán počet jeho prodejů a půjčení a celkové tržby z tohoto prodeje pocházející.

Tabulka 21 – Plán tržeb

PRODUKT	KS		TRŽBY CELKEM
	prodané	půjčené	
svatební šaty			
A - line (áčkový střih)	5	24	175 000 Kč
Ball Gown (šaty s nabíranou sukní)	9	26	317 000 Kč
Mermaid (střih Mořská Panna)	6	12	144 000 Kč
Empire	8	32	224 000 Kč

Sheat (splývavý střih)	9	49	306 000 Kč
maturitní/společenské šaty			
A - line (áčkový střih)	11	60	280 000 Kč
Ball Gown (šaty s nabíranou sukní)	12	45	292 500 Kč
Mermaid (střih Mořská Panna)	18	24	177 000 Kč
Empire	16	52	234 000 Kč
Sheat (splývavý střih)	25	59	268 000 Kč
Šperky			
set (náušnice, náhrdelník, náramek)	7	16	9 950 Kč
náušnice	2	5	1 450 Kč
náhrdelník		2	300 Kč
náramek	2	7	1 100 Kč
Obuv			
boty na podpatku	10	8	12 100 Kč
boty bez podpatku	4	2	3 900 Kč
CELKEM	144	423	2 446 200 Kč

Zdroj – vlastní zpracování, 2020

Výkaz zisků a ztrát

Výkaz zisků a ztrát obsahuje veškeré provozní náklady, které jsou dopodrobna uvedeny v kapitole výše. Dále obsahuje celkové výnosy uvedeny v kapitole Plán tržeb. Společnost neplánuje nakupovat v roce 2020 další vybavení. Další náklady jí budou vznikat při nákupu nového zboží. Společnost bude dále vynakládat mzdové náklady pro externí čistící společnost.

Z plánovaného výkazu zisku a ztrát v tabulce č. 22 jde vidět, že firma bude mít na konci roku zisk ve výši 78 371 Kč po zdanění a lze předpokládat každoroční nárůst tohoto zisku.

Tabulka 22 – Plánovaný výkaz zisků a ztrát

Plánovaný výkaz zisků a ztrát ke dni 31. 12. 2020	
Tržby z prodej zboží	2 446 200 Kč
VÝNOSY CELKEM	2 466 200 Kč
Náklady vynaložené na prodej zboží	654 225 Kč
Drobné kancelářské potřeby	3 500 Kč

VARIABILNÍ náklady	657 725 Kč
Vznik společnosti	5 000 Kč
Zařízení a vybavení	148 687 Kč
Odpisy	26 667 Kč
Propagace	37 300 Kč
Mzdy	770 000 Kč
Sociální a zdravotní pojištění	245 860 Kč
Internet, telefon	15 000 Kč
Energie	50 000 Kč
Nájem	200 000 Kč
Pojištění	3 350 Kč
Externí spolupráce	10 000 Kč
FIXNÍ náklady	1 711 864 Kč
NÁKLADY CELKEM	2 369 589 Kč
Hospodářský výsledek před zdaněním	96 611 Kč
Daň z příjmu právnických osob	18 240 Kč
Hospodářský výsledek po zdanění	78 371 Kč

Zdroj – vlastní zpracování, 2020

Plán peněžních toků

Z tabulky č. 23, tedy z plánu peněžních toků vytvořeného nepřímou metodou je zřejmé, že po prvním roce podnikání naroste stav peněžních prostředků o 63 371 Kč.

Tabulka 23 – Plán peněžních toků

Plán peněžních toků k 31. 12. 2020	
Počáteční stav peněžních prostředků	100 487 Kč
Hospodářský výsledek před zdaněním	96 611 Kč
Daň ze zisku	- 18 240 Kč
Změna stavu pohledávek	- Kč
Změna stavu zásob	- 15 000 Kč
Konečný stav peněžních toků	163 858 Kč

Zdroj - vlastní zpracování, 2020

Konečná rozvaha

Z tabulky č. 24 lze vyčíst, že stálá aktiva jsou na konci účetního období oproti počátku neměnná. Oproti počátku se počítá s navýšením prodeje, a proto se zvýší zásoby zboží na 159 600 Kč. Krátkodobý finanční majetek, jak vidíme z předchozí tabulky peněžních toků, se zvýšil na 163 858, tedy o 63 371 Kč. Cizí zdroje se nemění a vlastní kapitál poroste o zisk ve výši 78 371.

Tabulka 24 – Plánovaná konečná rozvaha

Plánovaná konečná rozvaha k 1. 4. 2020			
STÁLÁ AKTIVA		VLASTNÍ KAPITÁL	
DHM (022)	80 000 Kč	Základní kapitál (411)	350 000 Kč
Oprávkky k DHM (082)	-26 667 Kč	Hospodářský výsledek (431)	78 371 Kč
OBĚŽNÁ AKTIVA		CIZÍ ZDROJE	
Materiál (112)	51 580 Kč		
Zboží (132)	159 600 Kč		
Kfm	163 858 Kč		
CELKEM	376 791 Kč	CELKEM	376 791 Kč

Zdroj – vlastní zpracování, 2020

Finanční analýza

Pro finanční analýzu jsem si vybrala ukazatele aktivity a rentability, konkrétně ukazatel celkových a dlouhodobých aktiv a ukazatele rentability vloženého kapitálu, vlastního kapitálu, tržeb a aktiv.

Obrat celkových aktiv

Obrat celkových aktiv vyjadřuje, jak firma efektivně hospodaří se svými aktivy. Z tabulky č. 25 je patrný výsledek tohoto obratu, který nám vyjadřuje, že za rok se celková aktiva firmy obrátí celkem 6,5x. Jelikož je doporučená hodnota v intervalu 1,6 – 3. Tudiž výsledek podniku je velmi vysoký a značí, že podnik bude svá aktiva využívat velmi často a hrozí rychlejší opotřebení a dřívější potřeba nakupovat aktiva nová.

Tabulka 25 – Obrat celkových aktiv

Údaje v Kč	2020
Tržby	2466200
Aktiva celkem	376791
Obrat celkových aktiv	6,545273

Zdroj – vlastní zpracování, 2020

Obrat dlouhodobých aktiv

Tabulka č. 26 zde vyjadřuje, že dlouhodobý majetek společnosti se obrátí v tržbách zhruba 46x. Je tedy velmi efektivní. Optimální obrat aktiv by měl být minimálně 1. Tento vysoký výsledek je dán hlavně tím, že podnik nebude vlastnit příliš mnoho dlouhodobého majetku, a tudíž se nám vrátí v tržbách mnohonásobně.

Tabulka 26 – Obrat dlouhodobých aktiv

Údaje v Kč	2020
Tržby	2466200
Aktiva dlouhodobá	53333
Obrat dlouhodobých aktiv	46,24154

Zdroj – vlastní zpracování, 2020

ROE – rentabilita vlastního kapitálu

V tabulce č. 27 vidíme, že na jednu korunu vynaložené investice zde připadá 20 % čistého zisku. Znamená to tedy, že za 5 období stejných jako dosud, by měl být vlastní kapitál splacen. Doporučená hodnota tohoto ukazatele je 15 %, což znamená, že výnosnost vloženého kapitálu podniku bude vyšší než doporučená.

Tabulka 27 – Rentabilita vlastního kapitálu

Údaje v Kč	2020
Zisk	78371
Vlastní kapitál	376791
ROE	0,207996

Zdroj – vlastní zpracování, 2020

ROA – rentabilita celkových vložených prostředků

Společnost bude, jak je z tabulky č. 27 níže vidět, efektivně využívat svůj vložený majetek na 20 %. Doporučené je se nacházet v hodnotě zhruba 9 %, tudíž má podnik velmi dobrý výsledek rentability celkových vložených prostředků.

Tabulka 28 – Rentabilita celkových vložených prostředků

Údaje v Kč	2020
Zisk	78371
Aktiva celkem	376791
ROA	0,207996

Zdroj – vlastní zpracování, 2020

ROS – rentabilita tržeb

Na jednu korunu tržeb, jak je v tabulce č. 27 vidět, připadá 0,03 Kč čistého zisku. Rozmezí je od 2 % do 50 %, optimální hodnota je 10 %. Podnik se tedy bude nacházet na té nižší hranici.

Tabulka 29 – Rentabilita tržeb

Údaje v tis. Kč	2020
Zisk	78371
Tržby	2466200
ROS	0,031778

Zdroj – vlastní zpracování, 2020

ROI – rentabilita vloženého kapitálu.

Z našeho výpočtu je zřejmé, že výnosnost investic je ve výši 20 %. Doporučená hodnota je v intervalu od 12 do 15 %. Tudíž je z výsledku zřejmé, že rentabilita podniku je velmi dobrá. Z tabulky č. 30 je patrné, že celkový kapitál je stejný jako vlastní kapitál díky neexistujícím cizím zdrojům.

Tabulka 30 – Rentabilita vloženého kapitálu

Údaje v tis. Kč	2020
Zisk	78371
Celkový kapitál	376791
ROI	0,207996

Zdroj – vlastní zpracování, 2020

3.5 Analýza rizik

Jedná se o identifikaci, posouzení, stanovení velikosti a zhodnocení rizika (11). V následující tabulce je uveden druh rizika, jeho dopad, dále pravděpodobnost hrozby a jejich součin. Přičemž je pět stupňů kvalitativního vyjádření rizika a to:

- 1) = velmi malé riziko
- 2) = malé riziko
- 3) = střední riziko
- 4) = vysoké riziko
- 5) = velmi vysoké riziko

Pravděpodobnost hrozby má také rozmezí od 1 do 5, přitom:

- 1) = vyloučené riziko
- 2) = nepravděpodobné riziko
- 3) = možné riziko
- 4) = pravděpodobné riziko
- 5) = jisté riziko (30).

Tabulka 31 – Analýza rizik

Označení rizika	Riziko	Dopad rizika	Pravděpodobnost hrozby	D x P
1	Nedostatek zákazníků	5	3	15
2	Zvýšení cen dodavatelů	4	4	16
3	Pracovní neschopnost	2	3	6
4	Špatný způsob propagace	2	2	4
5	Poškození majetku	1	3	3

Zdroj – vlastní zpracování, 2020

D x P nám vypočítá významnost rizik. Jsou tři druhy významnosti, a to: nízká s výsledkem méně jak 12, střední s výslednými hodnotami 12 až 16, a vysoká s hodnotou 17 a více (30).

Dle výsledků z tabulky č.31 vychází, že třetí skupina významnosti rizik a to vysoká, kde se jedná o kritické vlivy se společností týkat nebude. Střední významnost se týká rizika zvýšení cen dodavatelů a nedostatečného počtu zákazníků. A do první skupiny, tedy nejmenší významnosti rizik bude spadat špatný způsob propagace a poškození majetku.

3.5.1 Opatření vedoucí ke snížení rizika

- 1) Nedostatek zákazníků – jelikož je plán tvořen před začátkem podnikání a nelze přesně předvídat velikost poptávky po zboží, existuje zde riziko malého až nedostatečného množství zákazníků. Pro snížení tohoto rizika je vhodné zaměřit se prvotně na propagaci společnosti a tím si získat co nejvíce zákazníků a pak se zaměřit na kvalitu nabízeného zboží a služeb.
- 2) Zvýšení cen dodavatelů – společnost má sice dohodnuté ceny se svými dodavateli, ale mohou přijít nečekané případy, kdy dodavatelé budou muset nevyhnutelně navýšit své ceny. S tím je třeba počítat a jedním z řešení je mít více dodavatelů, kdy je možnost vybírat si nejen podle kvality ale i podle cen.
- 3) Pracovní neschopnost – nelze nikdy dopředu předvídat, zda některý ze zaměstnanců nebude náhle v pracovní neschopnosti, proto je dobré mít připravenou pracovní posilu ve formě brigádníka.
- 4) Špatný způsob propagace – i přes kvalitně promyšlené způsoby propagace se nemusí zrovna zvolený způsob uchytit. Je vhodné mít v záloze další možnosti propagace nebo si na to najmout přímo marketingovou společnost, která se propagací zabývá a je schopna ji vytvořit velmi kvalitně.
- 5) Poškození majetku – riziko ve formě poškození majetku je nemožné dopředu odhadnout. Společnost by měla mít svůj majetek pojištěn a mít určitou rezervu pro případný nákup potřebného majetku v případě nouze. Jak je však uvedeno v kapitole Provozní náklady, je zřejmé, že společnost je pro tyto případy pojištěná.

3.6 Přílohy

Přílohy spojené s podnikatelským plánem jsou uvedeny s ostatními přílohami týkajícími se bakalářské práce v kapitole Seznam příloh.

3.7 Zhodnocení podnikatelského plánu

Při hodnocení podnikatelského plánu je potřeba zaměřit se na informace vycházející z finančního plánu, výstupy finanční analýzy a analýzy rizik.

Finanční plán se skládá z počátečního kapitálu, který je vložen majitelkou ve výši 350 000 Kč. Dále ho tvoří provozní náklady mzdové ve výši 103 026 Kč měsíčně, náklady na počáteční zásoby zboží v hodnotě 144 600 Kč, náklady na zařízení podniku za 148 687 Kč, odpisy v první roce ve výši 26 667 Kč. Dalším nákladem jsou náklady na pronájem v hodnotě 60 000 Kč měsíčně, náklady na marketing za 37 300 Kč a ostatní náklady ve formě energií, internetu za 6 500 Kč měsíčně a pojištění v hodnotě 3 350 Kč.

Plánované tržby jsou ve výši 2 446 200 Kč celkem.

Ve výkazu zisku a ztrát je vidět, že společnost bude mít již první rok svého podnikání zisk. Zisk v roce zahájení podnikání je kladný ve výši 78 371 Kč a lze předpokládat, že bude v následujících letech stoupat. Záleží ale na poptávce, která se bude měnit například dle období, kdy poptávka po svatebním zboží bude mírně vyšší v jarních a letních měsících, ovšem po plesovém a společenském zboží bude růst zejména v období plesů, a to v zimních měsících.

Ve finanční analýze je velmi důležitý výsledek ROE, tedy rentabilita vlastního kapitálu, která je ve výši 20 % vyplývá, že vlastní kapitál vložený majitelkou bude splacen za zhruba 5 let.

Z analýzy rizik je zřejmé, že největší hrozby v budoucnu plynou z menšího množství zákazníků, než se počítá a z navýšení cen zboží od hlavních dodavatelů. Dalšími riziky jsou i pracovní neschopnost zaměstnanců, špatný způsob propagace nebo poškození majetku. Proto je vhodné si vytvářet určité finanční rezervy pro případné ztráty, jelikož vyřešení některých těchto rizik je otázka nejen peněz, ale i dost času a tím pádem ztráta možného zisku.

Výhodou společnosti je možnost rozšíření sortimentu o zboží pro muže, dále umístění salonu a odbornost zaměstnankyň, jak je již uvedeno výše.

Mezi nevýhody patří konkurence, která se v Brně nachází v hojném množství.

V konečném výsledku z tohoto podnikatelského plánu vyplívá, že podnik se na trhu může uchytit a být v budoucnu výdělečně-činný.

Závěr

V této době chce být podnikatelem téměř každý, jelikož si myslí, že je to jednodušší než být zaměstnaný. Vypracováním této bakalářské práce jsem zjistila, že být podnikatelem je jednou z nejnáročnějších prací fyzicky ale také z velké části psychicky.

Hlavním účelem této bakalářské práce bylo vytvoření podnikatelského plánu pro nově vznikající podnik, konkrétně salon a půjčovnu svatebních a společenských šatů a doplňků.

V teoretické části jsem definovala základní pojmy, kterými jsou podnikání, podnikatel, právní formy podnikání a podnikatelský plán. Pro tyto informace jsem použila dostupné literární zdroje a zdroje získané z internetových stránek.

V analytické části jsem vycházela z informací získaných v části teoretické. Nejprve jsem vypracovala podnikatelský záměr, který tvoří základní informace o podniku, nabízené produkty a služby. Nedílnou nutností byla v analytické části marketingová strategie pro zjištění potřeb zákazníků. Dále jsem vypracovala tři druhy analýz, a to PEST analýzu, Porterovu analýzu pěti konkurenčních sil a SWOT analýzu, díky kterým jsem zjistila, za jakých okolností a do jakého prostředí bude podnik vstupovat. Dalším krokem bylo zaměření se na finanční analýzu, abych měla představu o počátečních nákladech a o plánovaných tržbách, díky kterým je jasné, zda bude podnik ziskový a jeho založení smysluplné. V posledním kroku jsem provedla analýzu rizik, abych měla přehled o případných rizicích a mohla je předem odstranit či alespoň omezit.

Seznam tabulek

Tabulka 1 – Veřejná obchodní společnost.....	20
Tabulka 2 – Komanditní společnost	22
Tabulka 3 – Společnost s ručením omezeným.....	24
Tabulka 4 – Akciová společnost	25
Tabulka 5 - Rozdělení metod dle faktoru času	42
Tabulka 6 - Rozdělení metod dle efektu z investice	43
Tabulka 7 – SWOT analýza.....	52
Tabulka 8 – SWOT analýza - strategie	53
Tabulka 9 – 4 P a 4 C.....	58
Tabulka 10 – Stanovení ceny šatů	60
Tabulka 11 – Stanovení ceny doplňků.....	61
Tabulka 12 – Stanovení cen služeb.....	61
Tabulka 13 – Náklady na propagaci	62
Tabulka 14 – Plánovaná zahajovací rozvaha	63
Tabulka 15 – Mzdové náklady 1	64
Tabulka 16 – Mzdové náklady 2.....	65
Tabulka 17 - Mzdové náklady 3	66
Tabulka 18 – Zásoby zboží.....	67
Tabulka 19 – Náklady na zařízení podniku	68
Tabulka 20 – Odpisy majetku	68
Tabulka 21 – Plán tržeb	69
Tabulka 22 – Plánovaný výkaz zisků a ztrát.....	70
Tabulka 23 – Plán peněžních toků.....	71
Tabulka 24 – Plánovaná konečná rozvaha.....	72
Tabulka 25 – Obrat celkových aktiv	73
Tabulka 26 – Obrat dlouhodobých aktiv	73
Tabulka 27 – Rentabilita vlastního kapitálu	73
Tabulka 28 – Rentabilita celkových vložených prostředků.....	74
Tabulka 29 – Rentabilita tržeb.....	74
Tabulka 30 – Rentabilita vloženého kapitálu	75

Tabulka 31 – Analýza rizik.....	75
---------------------------------	----

Seznam obrázků

Obrázek 1 - Bod zvratu	40
Obrázek 2 – Logo společnosti	54
Obrázek 3 – Organizační struktura	55
Obrázek 4 – Mapa umístění podniku	57

Seznam použité literatury

Knižní publikace

- (1) DRÁŠILOVÁ, A. *Základy úspěšného podnikání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2019. 240 s. ISBN 978-80-271-2182-3.
- (2) SALACHOVÁ, B., VÍTEK, B., GLÁSEROVÁ, J., OTAVOVÁ, M. *Obchodní korporace a jejich přeměny*. 1. vyd. Ostrava: Key publishing, 2015. 148 s. ISBN 978-80-7418-220-4.
- (3) VEBER, J., SRPOVÁ, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. 336 s. ISBN 978-80-247-4520-6.
- (4) ZEMÁNEK, J., LACINA, J. *Příručka pro začínající podnikatele*. Praha; Computer Media, 2012. 96 s. ISBN 978-80-7402-109-1.
- (5) VEBER, J., SRPOVÁ, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha; Grada, 2008. 311 s. ISBN 978-80-247-2409-6.
- (6) HRDÝ, M., HOROVÁ, M. *Finance podniku*. 1., vyd. Praha; Wolters Kluwer, 2011. 179 s. ISBN 978-80-7357-492-5.
- (7) KORÁB, V., PETERKA, J., REŽŇÁKOVÁ, M. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Praha: Computer Press, 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.
- (8) SRPOVÁ, J., ŘEHOŘ, V. a kol. *Základy podnikání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010. 432 s. ISBN 978-80-247-3339-5.
- (9) KOTLER, P., WONG, V., SAUNDERS, J., AMSTRONG, G. *Moderní marketing*. 4. vyd. Praha: Grada, 2007. 1048 s. ISBN 978-80-247-1545-2.
- (10) KOČMANOVÁ, A. *Ekonomické řízení podniku*. Praha: Linde, 2014. 358 s. ISBN 978-80-7201-932-8.
- (11) HNILICA, J., FOTR, J. *Aplikovaná analýza rizika*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009. 264 s. ISBN 978-80-247-2560-4.
- (12) HRDÝ, M., KREHOVSKÁ, M. *Podnikové finance v teorii a praxi*. 2. vyd. Praha; Wolters Kluwer, 2017. 272 s. ISBN 978-80-7552-449-2.

- (13) HAKALOVÁ, J., PŠENKOVÁ, Y. *Daňová evidence*. Praha; Wolters Kluwer, 2016. 128 s. ISBN 978-80-7552-239-9.
- (14) MRKOSOVÁ, J. *Účetnictví 2014*. 1. vyd. Praha: Edika, 2014. 294 s. ISBN 978-80-266-0423-5.
- (15) KOŠTAN, P., ŠULEŘ, O. *Firemní strategie: plánování a realizace*. 1. vyd. Praha: Computer Press, 2002, 124 s. ISBN 8072266578.

Internetové zdroje

- (16) Začít podnikat na živnost nebo založit obchodní společnost aneb jak vybrat vhodnou formu podnikání? *iPodnikatel.cz* [online]. 2014 [cit. 2020-05-03]. Dostupné z: <https://www.ipodnikatel.cz/Zahajeni-podnikani/zacit-podnikat-na-zivnost-nebo-zalozit-obchodni-spolecnost-aneb-jak-vybrat-vhodnou-pravni-formu-podnikani/Zivnost-nebo-obchodni-spolecnost.html>
- (17) Podnikání – definice pojmu pro začínající podnikatele. Stručně, jednoduše a přehledně!. *Comeflexoffice.cz* [online]. 2019 [cit. 2020-05-03]. Dostupné z: <https://comeflexoffice.cz/podnikani-definice-pojmu/>
- (18) Analýza. *Managementmania.com* [online]. 2013 [cit. 2020-05-03]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/analyza>
- (19) Regulace bude víc a podnikatelé můžou zásadně ovlivnit jaká bude. *Zákon roku* [online]. 2017 [cit. 2020-05-03]. Dostupné z: <https://www.epravo.cz/top/aktualne/regulace-bude-vic-a-podnikatele-muzou-zasadne-ovlivnit-jaka-bude-105936.html>
- (20) Vyhodnocení dotazníku žadatele – dotace. *Oppik.cz* [online]. Nedat. [cit. 2020-05-03]. Dostupné z: <https://www.oppik.cz/dotaznik-zadatele-vyhodnoceni?>
- (21) Česko se v Indexu korupce propadlo o 6 pozic. Potvrzuje se tak negativní trend privatizace veřejného zájmu. *Transparency International: Česká republika* [online]. 2020 [cit. 2020-05-03]. Dostupné z: <https://www.transparency.cz/cpi2019/>

- (22) Inflace, spotřebitelské ceny. *Český statistický úřad* [online]. 2020 [cit. 2020-05-03]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/inflace_spotrebitelske_ceny
- (23) Makroekonomická predikce – leden 2020. *Ministerstvo financí České republiky* [online]. 2020 [cit. 2020-05-03]. Dostupné z: <https://www.mfcr.cz/cs/verejny-sektor/makroekonomika/makroekonomicka-predikce/2020/makroekonomicka-predikce-leden-2020-37433>
- (24) Minimální mzda se zvýší o 1250 Kč! Shodla se koalice. *Ministerstvo práce a sociálních věcí* [online]. 2019 [cit. 2020-05-03]. Dostupné z: <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/minimalni-mzda-ma-vzrust-o-1250-na-14-600-kc-shodla-se-koalice/1825641>
- (25) Česká republika: Obyvatelstvo: Demografická situace, jazyky a náboženství. *European Commision* [online]. 2019 [cit. 2020-05-03]. Dostupné z: https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/eurydice/content/population-demographic-situation-languages-and-religions-21_cs
- (26) Zdraví a životní styl Čechů. *STATISTIKA&MY* [online]. 2018 [cit. 2020-05-03]. Dostupné z: <https://www.statistikaamy.cz/2018/06/zdravi-a-zivotni-styl-cechu/>
- (27) Největší digitální a technologické trendy, které budou stát za zmínku v roce 2020. *iPrima.cz* [online]. 2019 [cit. 2020-05-03]. Dostupné z: <https://prima.iprima.cz/zpravodajstvi/nejvetsi-digitalni-a-technologicke-trendy-ktere-budou-stat-za-zminku-v-roce-2020>
- (28) Zprávy o životním prostředí v krajích. *Ministerstvo životního prostředí* [online]. Nedat.[cit. 2020-05-03]. Dostupné z: https://www.mzp.cz/cz/zivotni_prostredi_zpravy_vsechny_kraje
- (29) Zprávy o životním prostředí v krajích, Jihomoravský kraj. *Ministerstvo životního prostředí* [online]. 2016 [cit. 2020-05-03]. Dostupné z: [https://www.mzp.cz/C1257458002F0DC7/cz/zivotni_prostredi_zpravy_vsechny_kraje/\\$FILE/OPZPUR-\(4\)Jihomoravsky2016-20200128.pdf](https://www.mzp.cz/C1257458002F0DC7/cz/zivotni_prostredi_zpravy_vsechny_kraje/$FILE/OPZPUR-(4)Jihomoravsky2016-20200128.pdf)
- (30) Analýza rizik. *Vlastní cesta* [online]. 2015 [cit. 2020-05-03]. Dostupné z: <https://www.vlastnicesta.cz/metody/analyza-rizik-risk/>

Zákony

- (31) Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v plném znění
- (32) Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, v plném znění
- (33) Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, v plném znění
- (34) Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích, v plném znění

Seznam příloh

Příloha 1 – Jednotný registrační formulář.....	I
Příloha 2 – Přihláška k registraci právnické osoby na FÚ	III
Příloha 3 – Zakladatelská listina	VI
Příloha 4 – Pracovní smlouva	VIII

Příloha 1 – Jednotný registrační formulář



JEDNOTNÝ REGISTRAČNÍ FORMULÁŘ

PRÁVNICKÁ OSOBA

podací razítko

ČÁST A - PODNIKATEL

01 Podnikatel

a) obchodní firma / název právnické osoby ^{*)}		
b) právní forma	c) identifikační číslo osoby	

02 Adresa sídla

a) název ulice	b) č.p. / č.ev.	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce		
g) okres	h) stát		

03 Předmět podnikání (u živnosti volně vyznačte čísla oborů činnosti na seznamu)

- ve smyslu § 45 resp. § 50 živnostenského zákona ohlašují živnost resp. žádám o koncesi

pořadové číslo 1.	
-------------------	--

04 Statutární orgán nebo člen statutárního orgánu

a) titul	b) jméno	c) příjmení	d) titul
e) datum narození	f) rodné číslo		

05 Adresa bydliště / pobytu^{*)} člena statutárního orgánu na území ČR

a) název ulice	b) č.p. / č.ev.	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce		
g) okres	h) stát		

06 Statutární orgán nebo člen statutárního orgánu

a) titul	b) jméno	c) příjmení	d) titul
e) datum narození	f) rodné číslo		

07 Adresa bydliště / pobytu^{*)} člena statutárního orgánu na území ČR

a) název ulice	b) č.p. / č.ev.	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce		
g) okres	h) stát		

08 Odpovědný zástupce

a) titul	b) jméno	c) příjmení	d) titul
e) státní občanství	f) rodné příjmení	g) datum narození	h) rodné číslo
i) místo narození	j) okres	k) stát	l) pohlaví ¹⁾ žena / muž ^{*)}

¹⁾ vyplní se pouze u fyzické osoby, která nemá přiděleno rodné číslo
MPO PO – vzor č. 10 (082417)

09 Adresa bydliště odpovědného zástupce

a) název ulice	b) č.p. / č.ev.	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce		
g) okres	h) stát		

10 Adresa pobytu odpovědného zástupce na území ČR (pro zahraniční osoby)

a) název ulice	b) č.p. / č.ev.	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce	g) okres	

11 Datum ustanovení do funkce odpovědného zástupce

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

12 Ustanovení odpovědného zástupce pro předměty podnikání
(pořadové číslo předmětu podnikání)

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

13 Provozovna

a) název ulice	b) č.p. / č.ev.	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce	g) okres	
h) název provozovny		i) umístění provozovny	
j) datum zahájení provozování živnosti v provozovně	k) provozovna podléhající kolaudaci		ANO / NE ^{*)}
l) předměty podnikání provozované v provozovně dle poř. čísla / u živnosti volné číslo oboru			

ČÁST B - OZNÁMENÍ PRACOVNÍHO MÍSTA

- oznamuji ve smyslu zákona o zaměstnanosti volné pracovní místo / obsazení volného pracovního místa ^{*)} ÚP v			
a) místo výkonu práce	b) název profese	c) dle KZAM	d) vznik / obsazenost ^{*)} ke dni
e) pracovní právní vztah na dobu určitou / neurčitou ^{*)}	f) pracovní doba	g) počet míst	h) výše mzdy
i) požadované vzdělání, praxe			j) zveřejňovat ANO / NE ^{*)}
k) kontaktní osoba na pracovišti		l) poznámky: nabízené výhody, speciální požadavky apod.	

ČÁST C - VYBERTE ÚŘADY, VŮČI KTERÝM JE PODÁNÍ ČINĚNO

a) Živnostenský úřad	<input type="checkbox"/> počet příloh	b) Finanční úřad	<input type="checkbox"/> počet příloh	c) Úřad práce	<input type="checkbox"/> počet příloh
----------------------	---------------------------------------	------------------	---------------------------------------	---------------	---------------------------------------

ČÁST D – ADRESA PRO DORUČOVÁNÍ

a) název ulice	b) č.p. / č.ev.	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce	g) okres	
h) adresu použít i pro následující řízení ANO / NE ^{*)}			

ČÁST E – DOPLŇUJÍCÍ ÚDAJE

a) telefon	b) datová schránka	c) e-mail
------------	--------------------	-----------

jméno podatele	příjmení podatele	vlastnoruční podpis
vztah k právnické osobě		
V	dne	

Než začnete vyplňovat tiskopis, přečtěte si, prosím, pokyny.

Finančnímu úřadu pro / Specializovanému finančnímu úřadu
 Územní pracoviště v, ve, pro
 01 Daňové identifikační číslo
 C, Z

otisk podacího razítka finančního úřadu

PŘIHLÁŠKA K REGISTRACI pro právnické osoby

02

a) k dani z příjmů právnických osob

b) k dani silniční

c) k dani z příjmů jako plátcí: 1. daně z příjmů ze závislé činnosti

2.1. daně z příjmů FO vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně

2.2. daně z příjmů PO vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně

3. zajišťující daň z příjmů

03 Název právnické osoby, včetně dodatku

04 Identifikační číslo

05 Sídlo

a) ulice a číslo orientační, část obce a číslo popisné

b) obec

c) PSČ

d) stát

06 Kontaktní údaje

a) telefon

b) e-mail

07 Počátek provozování výdělečné činnosti / činnosti podrobené dani dne:

08 Oprávnění k podnikání
 vydáno v ČR ano/ne

(v případě, že vyplníte „ne“, je nutné toto oprávnění k podnikání doložit jako přílohu)

09 Organizační složky obchodního závodu: a) počet odštěpných závodů

b) počet provozoven

c) počet plátcových pokladen

(samostatná příloha)

(samostatná přihláška k registraci pro plátcovy pokladny)

10 Číslo účtů u poskytovatelů platebních služeb

a) účty v ČR vedené v CZK

číslo účtu / směrový (identifikační) kód

vlastníkem účtu je daňový subjekt
ano/ne

b) účet vedený v zahraničí nebo účet v cizí měně

IBAN

--

typ ID banky

ID banky

měna, ve které
je účet veden

vlastníkem účtu je
daňový subjekt
ano/ne

--	--	--	--

název účtu

--

název banky

--

ulice banky

--

město banky

--

PSČ (ZIP-code) banky

stát

--	--

11 Adresa pro doručování

a) ulice a číslo orientační, část obce a číslo popisné

--

b) obec

c) PSČ

--	--

12 Právní předchůdce

a) Daňové identifikační číslo

C	Z
---	---

b) Identifikace

13 Zahraniční DIČ

--

Stát

--

14 Očekávaná daňová povinnost

Daň z příjmů právnických osob

Daň silniční

	Kč		Kč
--	----	--	----

PROHLAŠUJI, ŽE VŠECHNY MNOU UVEDENÉ ÚDAJE V TÉTO PŘIHLÁŠCE K REGISTRACI JSOU PRAVDIVÉ A ÚPLNÉ
A STVRZUJI JE SVÝM PODPISEM A JSEM SI VĚDOM SVÉ POVINNOSTI HLÁSIT KAŽDOU ZMĚNU DO 15 DNŮ.

Údaje o podepisující osobě:	Kód podepisující osoby:
<input type="text"/>	
Jméno(-a) a příjmení / Název právnické osoby	
<input type="text"/>	
Datum narození / Evidenční číslo osvědčení daňového poradce / IČ právnické osoby	
<input type="text"/>	
Fyzická osoba oprávněná k podpisu (je-li daňový subjekt či zástupce právnickou osobou), s uvedením vztahu k právnické osobě (např. jednatel, pověřený pracovník apod.)	
Jméno(-a) a příjmení / Vztah k právnické osobě	
<input type="text"/>	

Daňový subjekt / Osoba oprávněná k podpisu:	
Datum	Vlastnoruční podpis daňového subjektu / osoby oprávněné k podpisu
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Otisk razítka	

ZAKLADATELSKÁ LISTINA

1 Obchodní firma

1.1 Obchodní firma společnosti zní: *[název]*

2 Sídlo

2.1 Sídlo společnosti je v obci: *[obec]*

3 Předmět podnikání

3.1 Předmětem podnikání společnosti je:

- *[předmět podnikání 1]*
- *[předmět podnikání 2]*
- *[předmět podnikání 3]*

4 Zakladatel

4.1 Zakladatelem společnosti je *[jméno zakladatele]*, nar. *[datum narození]*, bydliště *[adresa bydliště]*.

5 Základní kapitál

5.1 Výše základního kapitálu společnosti je: *[částka základního kapitálu]* Kč.

5.2 Základní kapitál je tvořen peněžitým vkladem zakladatele ve výši *[výše vkladu zakladatele]* Kč, který představuje základní podíl ve výši 100%.

6 Jednatel

6.1 Společnost má *[počet jednatelů]* jednatele.

6.2 Způsob jednání jednatelů za společnost se určuje takto: *[způsob jednání jednatelů]*.

7 Přejícná ustanovení

7.1 Správcem vkladů společníků na základní kapitál společnosti se určuje *[jméno správce]*, nar. *[datum narození]*, bydliště *[adresa bydliště]*.

7.2 Prvními jednatelem společnosti se určují:

- *[jméno jednatele 1]*, nar. *[datum narození]*, bydliště *[adresa bydliště]*.
- *[jméno jednatele 2]*, nar. *[datum narození]*, bydliště *[adresa bydliště]*.

- [jméno jednatele 3], nar. [datum narození], bydliště [adresa bydliště].
- 7.3 Zakladatel uhradí 100% svého vkladu, tj. částku [výše vkladu zakladatele] Kč nejpozději ve lhůtě k podání návrhu na zápis společnosti do veřejného rejstříku složením na zvláštní účet společnosti otevřený správcem vkladu.

Zdroj – Zakladatelská listina. *MPO* [online]. ©2020 [cit. 2020-05-01]. Dostupné z: <https://www.pravnikonline.cz/>

PRACOVNÍ SMLOUVA

Název: [●]

Sídlo: [●]

IČ: [●]

(„Zaměstnavatel“)

a

Jméno: [●]

Bydliště: [●]

Datum narození [●]

(„Zaměstnanec“)

uzavírají tuto pracovní smlouvu:

1. Základní ujednání

- 1.1. Zaměstnanec bude pracovat jako [●]
- 1.2. Den nástupu do práce je [●]
- 1.3. Místem výkonu práce je [●]
- 1.4. Pracovní poměr se uzavírá na dobu [●]
- 1.5. Zkušební doba se sjednává [●]
- 1.6. Pracovní doba činí 40 hodin týdně. Rozvržení pracovní doby upravuje pracovní řád.

2. Základní povinnosti

- 2.1. Zaměstnanec je povinen svěřenou práci vykonávat osobně v pracovní době, svědomitě a odborně, podle svých nejlepších schopností a vědomostí, přičemž je povinen řídit se příkazy a pokyny zaměstnavatele.
- 2.2. Zaměstnavatel se zavazuje, že bude zaměstnanci přidělovat práci podle této pracovní smlouvy a poskytovat mu za vykonanou práci mzdu. Zaměstnavatel se dále zavazuje, že bude vytvářet podmínky pro úspěšné plnění pracovních úkolů zaměstnancem a dodržovat ostatní pracovní podmínky stanovené právními předpisy nebo pracovní smlouvou.
- 2.3. Zaměstnanec bude seznámen s obsahem pracovního řádu zaměstnavatele a rovněž s právními a ostatními předpisy k zajištění bezpečnosti a ochrany zdraví při práci a s vnitřními předpisy zaměstnavatele.

3. Odměna

- 3.1. Zaměstnanci přísluší měsíční mzda ve výši [●]

- 3.2. Mzda je splatná zpětně za měsíční období, a to nejpozději do konce následujícího kalendářního měsíce. Zaměstnavatel a zaměstnanec se dohodli na bezhotovostním zasílání mzdy na bankovní účet zaměstnance.

4. Závěrečná ustanovení

- 4.1. Ostatní práva a povinnosti smluvních stran vyplývající z tohoto pracovního poměru se řídí zákoníkem práce, předpisy jej provádějícími a jinými právními předpisy.
- 4.2. Tato pracovní smlouva může být změněna nebo doplněna pouze po oboustranné dohodě, a to v písemné formě.
- 4.3. Tato smlouva je sepsána ve dvou vyhotoveních, z nichž jedno obdrží zaměstnanec a jedno zaměstnavatel.
- 4.4. Smlouva nabývá platnosti dnem podpisu oběma smluvními stranami.

V [●] dne [●]

[●]

[●]

Zdroj – Právní rádce: Pracovní smlouva (vzor). *MPO* [online]. 2019 [cit. 2020-05-01].
Dostupné z: <https://www.prace.cz/poradna/pravni-radce/detail/article/pracovni-smlouva-vzor/>